

在高库存引发的价格战影响下,“以价换量”并未刺激到整个市场需求的增长

空调企业如何应对市场增速下滑

■ 东升

在高库存引发的价格战影响下,2015冷年空调市场整体表现没有达到预期效果。8月27日,由中国家电网主办的2015空调行业高峰论坛上,国家信息中心发布的数据显示,2015冷年空调市场销售量同比下滑5.4%,而销售额同比下滑幅度达到了更高的10.5%。

国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹认为,虽然库存和价格战对2015冷年整体空调市场产生了波动性影响,但空调这个竞争充分、品牌格局成熟的市场,2016冷年以及未来2-3年,企业竞争的着力点依然会朝着理性竞争的方向推进。

量额双降需求不旺

2015冷年伊始,行业里传闻的巨量库存就给空调市场蒙上阴影,企业面临去库存压力,自龙头企业开始全行业都参与到价格战中,但“以价换量”却并未刺激到整个市场需求的增长,相反,空调行业一转2014冷年的增长趋势,2015冷年出现量、额双降的局面。

分析2015冷年行业下滑的原因,蔡莹指出,“以价换量”没有实现,说明导致行业下滑的真正原因还是需求不旺。另一方面,入夏以来我国大部分地区降雨偏多也是一大因素。

“做库存是很多空调企业一贯的经营方式,以备旺季大量出货,这种方式在以前是适合市场规律的,在空调的淡旺季很明显,市场需求充足的背景是合理的。但随着市场增幅明显放缓,淡旺季差缩小,继续向渠道大量压库,导致渠道库存高居不下,将可能形成空调



本报记者 吴凡 摄

行业的‘堰塞湖’,对整个行业健康发展不利,也给企业的经营带来风险”。中国家电网总编吕盛华认为,在没有政策刺激,市场需求趋于平缓的前提下,空调企业应该反思传统的做库存、渠道压货的经营思路是否还应顺应当前的市场环境。

变频和智能成为价值提升亮点

在8月27日的空调峰会上,空调行业的主要品牌对2015冷年讨论最多的是如何丰富变频空调的产品阵容、如何提高企业变频空调市场占比,以及如何让目前各个企业着手推动的智能空调在硬件和应用性方面更好地落地,如何带给用户更好的体验。

与定速空调相比,变频空调以节能舒适见长,在节能意识深入人心的前提下,家用市场对变频空调的需求更加明显。2015年,空调行业主流品牌加大了对变频空调的投入和推广,随着技术的优化以及制造成本的降低,很多变频空调产品的价格也更具亲和力。从长久运行的节能表现、综合性能以及舒适度等方面来说,变频空调的性价比更高,更加绿色环保,更能突出市场引导作用。

同时政府采购也开始趋向于变频空调,有数据显示,在2014年中央国家机关单位所采购的空调中,定速空调机采购共9354台,变频空调机的总量为8333台。而在中国的“数据表明三四级市场的需求是有效有

序地释放的,基本维持了稳定增长空间。”蔡莹分析指出,空调市场已经摆脱家电政策后遗症的影响,依托市场内在的需求推动增长,三四级市场也体现了这个特点。但企业不能过分依赖于三四级市场的增量市场,应该看到这个市场的增幅也在放缓,市场竞争过程中更应该注重精耕细作,通过产品力、品牌力拉动企业在三四级市场的成长。

除了变频空调,“智能”一词近两年在整个人家行业大热,一到夏季空调市场,智能空调也一定会是市场宣传推广的热点。2015冷年,智能空调的表现更接地气。数据显示,智能空调的销量占比已达到5.47%,同比大增173.50%,销售额占比达到7.15%,同比增长98.44%。

“从变频空调和智能空调的双增长来看,用户对产品的需求依然是价值驱动的”,中国家用电器协会副理事长王雷认为,空调企业的竞争着力点核心还在于看得见未来的产品,无论变频还是智能,均符合当下消费者最核心的价值诉求,都体现了“节能、舒适性、智能化”的核心趋势。

三四级市场和线上渠道增长明显

2016冷年开盘以来,空调企业在三四级市场展开了激烈的竞争,随着主流品牌渠道进一步下沉,三四级市场的竞争也进入到成熟阶段。数据显示,三级市场空调销售量占比由2014冷年的9.81%提升到2015冷年的10.13%,销售额占比由2014冷年的9.83%提升到2015冷年的10.22%;四级市场销售量占比由2014冷年的7.23%提升到2015冷年的8.94%,销售额占比由2014冷年的7.17%提升到2015冷年的8.87%。

“数据表明三四级市场的需求是有效有

序地释放的,基本维持了稳定增长空间。”蔡莹分析指出,空调市场已经摆脱家电政策后遗症的影响,依托市场内在的需求推动增长,三四级市场也体现了这个特点。但企业不能过分依赖于三四级市场的增量市场,应该看到这个市场的增幅也在放缓,市场竞争过程中更应该注重精耕细作,通过产品力、品牌力拉动企业在三四级市场的成长。

另一方面,进入2015冷年以来,以海尔、奥克斯、美的、格兰仕、TCL、志高等为主的品牌企业进一步加大了在电商渠道的投入和布局,有效地刺激了空调在线上渠道的高增长。奥维云网(AVC)数据显示,2015冷年空调线上零售量为489万台,同比增长47.2%,销售额达到120亿元,同比增长32.2%。

每逢遇促销节点,空调线上量额销售屡创新高,品牌企业表现抢眼。去年的双11网购狂欢节空调销售量同比增长了87%,销售额同比增长80%;今年3·27期间,销量同比增长115%,销售额同比增长83.2%;6·18期间,销量同比增长90%,销售额同比增长72.7%。应该看到电商大促销对空调销量的刺激作用,不过量额之间明显的增长悬殊表明空调价格战在线上也打得惨烈。

来自奥维云网(AVC)的分析称,线下市场下滑将刺激品牌商在线上平台的投入,线上市场竞争将持续激烈,预计2016冷年线上市场零售量达到739万台,同比增长51.2%,线上销量占比为16.3%。预计2016冷年线上市场零售额为172亿元,同比增长42.6%,线上销售额占比10.9%。但在线上市场进一步增长的过程中,提高产品档次感,提升购买体验、商品体验和售后体验,是空调企业持续要下功夫的地方。

产业经济好转亟待去除产能过剩

本报讯 (记者王群)近日,长江商学院金融与经济发展研究中心对外发布了“中国产业经济报告”(2015年二季度)。报告指出,产业经济在今年一季度企稳后,二季度经济并未进一步好转,其面临的最大挑战仍然是需求不足。

报告显示,二季度各产业行业景气程度存在很大的行业差异。前五名的行业分别是医药、橡胶、仪器仪表、文教用品和印刷。经营状况最令人担忧的行业是非金属矿采、石油加工、黑色金属加工、农副食品、皮革和制鞋业。

长江商学院金融与经济发展研究中心主任甘洁表示,目前有高达53%的企业产品在国内市场供大于求,产能过剩的行业和地区数目均有较大上升。此外,由于产能过剩,投资疲软,企业并没有多少融资需求。因而,融资仍然不是产业发展的瓶颈。

甘洁同时认为,由于产能过剩是症结,产业经济的真正好转需要一个痛苦的过程,即过剩、过时的产能被充分淘汰。长期的产业政策应围绕增加收入以扩大内需和产业升级两方面进行。其中,增加收入的前提是提供较高收入的岗位,这需要深化改革,发展民营经济,降低其进入垄断行业的准入门槛。另一方面,基于我国劳动力成本优势正在丧失,从低端劳动力向高端技术工人的转化是必然的出路。政府应鼓励、加强高端技术工人的培养、培训。

据了解,2015年二季度调查回收的企业样本为1998家,其中1488家来自今年一季度调查过的企业。调查的起始样本为通过对国家统计局规模以上(即销售额大于500万元人民币)的48.8万家企业进行以行业、地区及规模分层的随机抽样产生。

让“互联网+”真正推动经济发展

本报讯 在中国已确定进入GDP以中速发展为常态的经济背景下,如何使中国经济保持平稳健康持续发展,实现经济结构调整、转型升级,避免陷入“中等收入陷阱”?8月25日,由北京大学主办、北京大学信息战略研究中心及北京未名之光互联网科技发展研究中心承办的“首届·互联网+”与新经济发展论坛上,与会专家学者、政府官员和企业界代表对“互联网+”带来的中国经济转型与挑战进行深入探讨。

2015年是中国“互联网+”元年,互联网战略首次上升到国家战略层面。与会代表认为,全球互联网产业已进入一个最好的时代,面对消费互联网向产业互联网的转型,作为预计今年底网民超过7亿的中国,应充分发挥“互联网+”促进产业升级以及信息化与工业化深度融合的平台作用,鼓励传统产业树立互联网思维,积极推动传统产业与“互联网+”融合,避免让传统产业成为互联网难民,并以融合促进创新,推动融合性新兴产业成为今后中国经济发展的新动力和新支柱。

有代表认为,中国互联网只革命了消费领域,现在需要革命生产组织和制造模式,以促进和解放生产力。目前大约一半的中国中小企业才刚刚开始利用互联网进行采购、营销等服务生产制造的外围活动,最激烈的变革还远未到来。

据麦肯锡预测,2015年至2025年,“互联网+”将帮助中国提升GDP增长率0.3-1个百分点,对中国GDP增长的贡献率将达到7%-22%。

有与会专家指出,互联网新技术、新模式带来经济、工业信息化向纵深发展,旧规则正被颠覆,新规则尚未确立。在这激荡人心的“互联网+”元年,也是新旧交错的多变时期。“互联网+”这一新生力量能否最终推动并主导中国经济创新转型?中国经济能否顺利突围“中等收入陷阱”?这需要所有参与者的勇气、智慧和耐心,更需要政府、社会和企业共同面对,在创新的同时注重保护好参与者的利益和安全,让“互联网+”模式创新真正推动中国经济发展和造福社会。(高原)

■本报记者 罗筱晓

8月29日,中国国航、南方航空发布2015年半年报,加上之前公布业绩的海南航空和东方航空,国内四大航空上半年业绩就此出齐。从数据上看,上半年四大航空公司的营业收入同比增长幅度较小,海南航空的营业收入还减少了7.6%,但与之形成对比的是,各航空公司上半年的净利润都呈现数百倍的增长。综观各家业报记者发现,上半年国际油价持续低迷和出入境旅游持续升温是促成国内航空公司利润大幅增长的主要原因。

从披露的半年报来看,中国国航实现净利润39.38亿元,同比增长730.05%;南方航空获得34.82亿元的净利润,同比增长442.04%;东方航空的净利润为35.64亿元,比去年同期增长253.57%,即使是增长率最低的海南航空,也交出了净利润16.02亿元,较上年同期增长231.92%的成绩。除了四大航空,春秋航空和吉祥航空公布的半年业绩也是一片红色,上半年我国民航业整体处于盈利态势。

但在一年前,民航业的日子还过得很难。2014年上半年东方航空仅盈利0.14亿元,南方航空更是亏损了近10.2亿元。各家航空公司的强势反弹,首先得益于上半年国际油价的持续低迷。去年10月,每桶原油的价格已接近100美元,但仅仅3个月后的2015年1月,这一价格就跌至每桶45

美元,截至8月底,每桶原油的价格已不到45美元。

原油价格暴跌,带给民航业最直接的影响是航油成本减少。从中国国航的业报中记者看到,其上半年航油成本为120.59亿元,同比减少51.30亿元,同比降低29.84%。受航油这一最大运营成本大幅降低的影响,虽然中国国航在包括职工薪酬、飞机维护及修理费等各方面的成本均有不同比例增长,但上半年总成本依然同比降低了5.17%。在其他航空公司的业报中,油价大跌对运营成本的影响也体现得很明显。据东方航空统计,上半年公司航油消耗量约255.81万吨,同比增长13.18%,但飞机燃料支出较去年同期却减少了29.35%,为105.62亿元。

油价持续低迷也惠及了民航乘客。今年2月起,各航空公司停止征收燃油附加费,到目前为止已持续半年多时间。价格的下调使更多人在出行时选择民航,“民航进入全民消费的大众化时代”,东方航空在业报中这

样陈述。

除油价下跌大幅节省成本外,上半年出入境旅游稳步增长是刺激民航盈利的又一原因。国家旅游局发布的数据显示,上半年,我国出入境旅游总人数1.27亿人次,同比增长9.8%。与此相应,上半年在四大航空的主营业务中,国际航线业务的增长都是最大的。南方航空在国际航线实现扭亏盈,上半年国际航线载客人数558.181万人,同比增长35.95%,国际业务收益为119.47亿元,较去年同期增长18.2%,而南方航空包含国际国内和港澳台在内的所有主营业务收益的总增长率仅为6.2%。

对于下半年的行业状况,各大航空公司都持乐观态度,南方航空在业报中表示公司将继续受益于油价下跌和包括中国在内的新兴经济体旅游需求。事实上,到目前为止依然未呈现上涨趋势的原油价格和中秋、国庆以及年底等一系列旅游旺季的到来,也预示着民航业的利润暴涨还会持续下去。

支付管理办法征求意见 争议主要集中五个方面

■新华社记者 吴雨

7月31日,中国人民银行发布《非银行支付机构网络支付业务管理办法(征求意见稿)》,目前已结束征求意见期,意见争议主要集中在五个方面。管理办法下一步如何在安全、便捷、公平竞争、创新中找到平衡点,将为未来互联网金融健康发展奠定基础。

意见争议集中度较高

增加交叉验证方式、依据安全级别限额、

严控支付账户出口、交易验证权责划分……这些都是此次征求意见稿中争论的焦点,在一些支付机构和消费者看来,其中不少要求有些“强人所难”。

争议一,账户开立门槛提高。目前开设一个支付宝账户只用上传身份证照片、绑定银行卡,而意见稿要求,开立账户需五重验证。上传文凭学历、纳税证明、水电缴费单等对于城市工薪族不难,但对于农村用户就不是件容易事了。

争议二,要求支付指令验证方式与支付限额。数字证书与电子签名对于使用电脑网购的用户不难,但对于目前已广泛使用手机购物的“掌上一族”来说有些困难。

争议三,支付账户不能向他人银行借记卡转账。转账业务已成为网络支付机构民生服务中的基本服务,目前是免费的,而征求意见稿支付账户不得向他人借记卡转账,受制于各家银行对第三方支付转账额度的限制,不少客户只能选择银行网银转账,使得转账成本上升。

争议四:超过200元的支付指令机构不得代替银行验证。200元的额度已经很低,如果支付机构要求验证一次,接着银行又验证一次,快捷支付的客户体验将大打折扣。

争议五:支付机构不能为P2P等金融机机构开设账户,且限制综合类支付账户限额。由于P2P行业风险较高,银行目前基本不对P2P进行资金托管,因而不少P2P企业把资金托管的业务交由第三方支付。此项规定一旦落实,银行能顺利接手P2P行业资金托管吗?

推动行业发展 逐步体现公平竞争

有些支付机构认为,出于安全性考虑,意

见稿的规范无可厚非,但一些规定确实与目前实际情况和现实操作有较大距离,这将直接影响网络支付的便捷性,甚至影响支付机构的创新发展。

中央财经大学金融法学院教授黄震表示,针对目前支付机构业务的无序扩张,很多业务确实需要纳入监管,但对网络支付不能基于对传统金融的管理做法。不能只考虑以提高开户门槛,提升验证级别等来防范风险,却忽视了网络支付对普惠金融的作用。

今后,随着支付机构的账户功能和银行的账户功能差距日渐缩小,对二者的监管也将逐步体现公平竞争。

中国光大银行电子银行部总经理杨兵兵表示,“传统银行和互联网机构都有网络支付账户,商业银行要求面签,网络机构不需面签,这就涉及了公平竞争的问题。目前,不少传统银行通过直销银行进行互联网转型,监管也应该与时俱进。”

在传统银行抱怨监管部门管得太紧,面签要求成本高的同时,支付机构则抱怨监管部门对创新支持力度不够。“金融服务不可能是100%安全的,必须在安全和便利之间有所取舍。”蚂蚁金服首席战略官陈龙建议,在各类限额、账户开户验证的数量、支付指令验证方式等方面增加一定弹性和包容度,在兼顾安全性的同时,有助于支付机构在用户体验方面做得更好。

专家表示,对于一项业务不要监管,如何监管,是由这个业务属性确定的,而确定这个业务属性重点要看其会不会引发系统性风险,资金来源面向的是百姓还是机构投资者,以进行不同层次的监管。(据新华社电 本报有删节)

发展绿色混凝土引领行业环保升级

■本报记者 张翀 通讯员 龚琼瑛

绿色,似乎从来不会与混凝土有交集,然而,现在绿色混凝土正在成为产业发展的一个新亮点。

2015年4月,中建西部建设西南有限公司顺利通过国家科技支撑计划课题,建筑结构绿色建造专项技术研究子课题——预拌混凝土绿色生产示范基地的验收,成为国内首家通过验收的预拌混凝土绿色生产基地。

绿色生产是指预拌混凝土生产全过程的节地、节能、节水和保护环境基本要求的综合活动,实现混凝土生产的资源利用最大化、环境污染最小化,并有效地改善厂区环

境健康环境。

“作为中国混凝土行业最大的上市公司,中建西部建设是目前国内高性能混凝土与特种混凝土品种最多的企业。”该企业负责人表示,中建西部建设坚持科技领先战略,站在引领行业发展的高度,积极推进技术创新,将大量科技成果转化为实际生产运用,创造了较好的社会效益,引领了行业环保升级。公司开发的砂石浆水回收系统,实现了各种废水的重复利用,减少了对水资源的消耗。公司积极引进节能技术,开发出矢量变频控制系统,编制节电控制软件,以调整皮带运输机和搅拌机的运转速度,从而实现降低电能消耗。

如今,拥有三家省级科研中心,一个博士

后研

究工作站和博士后创新实践基地的中建西部建设,成为混凝土行业中仅有的几家高新技术企业之一,他们还与清华大学、重庆大学、武汉理工大学等高校深入合作,产学研相结合,取得了一系列高端技术成果,先后刷新了全国混凝土行业的多项纪录,填补了多项技术空白。

截至目前,中建西部建设先后承担国家863计划和“十一五”国家科技支撑计划等国家级课题、省部级课题十余项,拥有82项国家专利,两项工法获国家级施工工法,9项工法获省部级施工工法,公司有4项成果达到国际领先水平,12项成果达到国际先进水平,10项成果达到国内领先水平。公司的技术成果在中国建筑业成长性百强企业公司排名第一名,专利数量业内第一,国家级科技成果行业第一。

企业负责人表示,矢志争做中国建筑专业化公司的排头兵,争当中国混凝土行业的领军企业,矢志打造混凝土行业第一品牌的中建西部建设,正在努力推进企业的跨越式发展,不断提升品牌高度。

有些支付机构认为,出于安全性考虑,意

新广告法颁布后全国违法广告减少近三成

据新华社电(记者高教)新修订的《广告法》将于9月1日起正式实施。工商总局广告监督管理司司长张国华在31日的发布会上介绍,从监测情况看,7月全国违法广告总条数比4月份减少6403条,下降29.7%,广告市场秩序总体呈持续好转态势。

据介绍,4月底新广告法颁布后,各地工商机关查办了一批本地区的典型违法广告案件,据初步统计,截至8月22日,各地共立案查处违法广告3973件,责令停止发布3602件,罚款(含拟罚没款)5356.31万元。工商总局还确定了20件违法药品、食品、化妆品、收藏品广告案件,进行重点督办。

竹林松大登陆新三板

本报讯 (记者刘静)8月26日上午,国内知名智能监控企业——郑州竹林松大科技股份有限公司在北京股权托管交易中心举行挂牌敲钟