

厨电升级催生“新大件” 蒸箱市场加速扩容

本报记者 丁军杰

在消费升级的大潮下,继“烟、灶、洗、微、烤”为代表的厨电产品之后,以“蒸”为核心的电蒸箱(电蒸炉)消费异军突起,作为新兴厨电品类正在成为厨房“新大件”。

5月31日,在北京举行的“2018中国电蒸箱(电蒸炉)行业高峰论坛”上,博西家电、方太、格兰仕、华帝、老板、美的等电蒸箱品牌以及京东、中怡康、奥维云网等企业 and 市场机构,围绕厨房经济的发展变革,对电蒸箱产品在中国市场普及中的机遇与挑战进行了探讨。

厨电市场保持两位数增长

据了解,厨电市场持续以两位数的增幅高歌猛进,在整个家电产业中可谓一枝独秀。而在厨电中,电蒸箱产品呈现“黑马”特质,为厨电增量市场带来新动力。

在此次由中国家用电器协会指导、国家电网主办的论坛上,中国家用电器协会理事长姜凤指出,得益于产业转型、消费升级的推动以及新兴品类的爆发式增长,厨电市场的增长水平远高于整个家电行业。以洗碗机、烤箱箱为代表的新型厨电品类涨势强劲。

中怡康数据显示,2017年电蒸箱市场零售额达到25.1亿元,同比增长33.1%。相比去年同期,2018年1月~4月电蒸箱市场品牌新增数量达到38个,新增机型达到93个。

“新兴厨电品类呈现出巨大的市场潜力。”会上,主办方发布《中国电蒸箱(电蒸炉)行业白皮书》显示,2015年至2017年期间,嵌入式电蒸箱(电蒸炉)市场零售量和零售额均保持着接近翻倍增长的发展态势。

电蒸箱迎来发展机遇期

“博西家电早在上世纪末便在法国研发蒸箱,目前在中国已经组建了自己的蒸箱研发团队。”博西家用电器(中国)有限公司大中华区厨具产品市场部高级总监黄磊表示,蒸箱在厨电领域变得越来越重要。方太蒸箱产品负责人汤荣预计,蒸箱在未来五年之内都将保持较快的增长。

根据“豆果美食”数据显示,最受中国人欢迎的烹饪方法包括炒(19.72%)、煮(16.57%)、蒸(16.34%)、煎(7.20%)、烤(6.64%)等方式。而在有关中国电蒸箱(电蒸炉)消费者需求调查中,有80%的消费者会考虑放弃煎炸食品而选择较为健康的蒸煮等烹饪方式。

白皮书显示,从产品价格来看,线下蒸箱销售份额占比主要集中在5000元~9000元之间,其中最受欢迎消费者欢迎的蒸箱价格在6000元~7000元,其次是7000元~8000元区间。随着消费升级的加快,高端蒸箱正在成为热销产品。

产品创新成为推动力

“尽管当下电蒸箱(电蒸炉)市场势头表现良好,但普及率依然较低。”中国家用电器协会理事长姜凤表示,蒸箱产品家庭保有率低,很大原因是消费者对产品的认知度低,再加上目前行业未形成合力,所以蒸箱的普及需要进一步的努力。

虽然中国传统的“蒸”文化历史悠久,但是与洗碗机类似,电蒸箱也属于西方舶来品。由于中外环境、食材、习惯等因素的差异,直接引进或照样模仿并不能满足中国消费者的需求。针对这种现状,企业纷纷根据市场调研和用户反馈信息进行技术创新,由此也将中国蒸箱行业带入了“百家争鸣”时代。

会上,各家企业分别介绍了各自在蒸箱产品领域为解决用户“痛点”而进行的创新和推出的最新产品。

据了解,渠道变革也为电蒸箱的市场普及提供了机遇。尤其是电商新渠道与线下的商超、自营专卖店等渠道实现更广、更紧密的融合,极大的拓宽了电蒸箱(电蒸炉)的销售渠道。

据京东家电事业部厨电采销总监夏卫东介绍,2017年京东平台蒸箱销售规模同比增长79%,2018年1月~4月销售增长速度更是达到了128%。夏卫东认为,电蒸箱的普及正在逐渐由一二线城市向三四线城市转移,为更多的新兴电蒸箱品牌提供了广阔的市场空间。

中材国际以“集成”打造最具竞争力企业

本报讯 日前,据中材国际传出的信息,作为全球最大的水泥工程系统集成服务商之一,该企业已完成和正在建设的国外水泥生产线240条,项目遍布欧洲、美洲、亚洲、非洲等70多个国家和地区,国际市场份额连续多年居全球首位。

中材国际是中国建材集团旗下上市公司,其水泥工程开拓国际市场多年无功而返,主要是因为单个企业规模小而散,无法与国际巨头抗衡,只能做国际巨头的分包商。2005年之后,中材国际以总成本领先的EPC商业模式(工程设计+装备供货+工程建设总承包)系统集成服务开拓国际市场,打造出了全球同行业中产业链最为完整、最具竞争力的水泥工程企业。公司以沙特项目高效、高质量、高规格竣工为契机,先后获得一大批在国际上有影响力的工程总承包项目,项目主体设备均由中材国际自行研发和制造。目前全球日产万吨及以上的水泥生产工程项目相当一部分为中材国际所承建。公司以工程为载体带动了自有成套技术装备的出口和大量劳务出口,水泥装备销售占销售总额50%以上,带动了我国水泥装备业整体的发展,一举将我国从全球水泥工程建设装备最大进口国,转变为全球现代化水泥装备最大的出口国。(王永平 王法艇)

“无公害”+“互联网+”结合传统加工工艺

长乐食品“三招”拓展市场

本报讯 黑龙江农垦胜利农场以绿色种植基地为依托,把创新“无公害”和“互联网+”与传统加工工艺相结合,对面粉、大米和大豆油等粮食进行精深加工。生产的食品畅销北京、上海、广州、深圳等国内大中城市的同时,拳头产品“长乐”有机挂面还远销到俄罗斯、英国、澳大利亚、香港等国家和地区。今年1月至4月,产品销售同比增长18%。

该公司是一家拥有近60年历史的粮油生产企业,面对近年来消费市场和销售渠道的变化,他们一是通过拓展无公害、做活绿色文章。对绿色种植基地产品进行技术指导和品质监管,从种籽培育、筛选、耕种、追肥、除草、收割到加工全程跟踪监管。在此基础上,拓展无公害粮油种植基地,发展订单农业,推进“公司+农户+专业合作社+基地”建设,通过有机绿色订单种植和鸭稻共生种养发展模式,稳定无公害粮油供给渠道和供给数量。二是注重传承传统的加工工艺,做优加工文化。传统的加工工艺虽然不及机械化加工生产量高,但因为口感好,深受高端消费市场欢迎。根据市场消费趋向,以传承传统的加工方式,优化传统加工队伍建设,培育传统加工“工匠”,细化传统加工业务为抓手,拓展国内外高端消费市场。三是通过互联网+,拓展销售渠道。他们借助天猫、苏宁易购和京东等网购团购零售平台,经营挂面、大米、杂粮和食用油等系列产品,闪电发货,深受国内外年轻消费群体的青睐。目前,网上销售的产品已经占年销售总量的三成以上。(王艳双 郑传海 扈佃凡)

从上百家重庆小面品牌遍布各大电商平台,到如今只有不到10家还在苦苦支撑

重庆小面电商之路有点难

本报记者 黄仕强

重庆去年被中国烹饪协会授予“中国小面之都”称号,据重庆市小面协会发布的一组数据显示:截至2017年底,重庆有小面馆8.3万家,年销售总额近300亿元。

不过,与之对比的另一个数据就显得有些暗淡:从2013年开始,重庆小面从线下走向线上,尝试以方便式包装开展电商销售。5年多的时间,线上销售情况远低于预期。据重庆市小面协会介绍,2017年方便式重庆小面的网络销售额仅为2亿元左右。线下火爆,线上冷清,重庆小面的电商之路有点难。

试水电商:曾经风光一时

“挑挑小面”的创始人潘登时常回忆起2015年的夏天,那是这家重庆小面电商品牌最风光的时刻——当年7月,“挑挑小面”宣布,获得安信诚基金1000万人民币风投,8月,“挑挑小面”拿出百万现金请10万重庆人免费吃面,并通过众筹筹模式发展线下O2O面馆,将方便式重庆小面推广到全国并进军海外。“最开始促使我把重庆小面放上电商平台,是源于朋友的一个亲身经历,他向我抱怨出差在外无法吃到正宗的重庆小面。朋友的话给了我灵感,经过一系列调研和开发,我们终于研发出了适合电商平台上的方便式重庆小面产品。”潘登回忆到,最先的产品有麻辣小面、豌杂面、红烧肉面、牛肉面等口味,单份100克装售价为9.9元~19.9元之间。在网上销售仅4个月,就售出近5万盒。

如今,点开国内几大电商平台,还能搜索到“挑挑小面”,“金牌干溜小面”,“懂大师”等方便式重庆小面品牌。但是,从店铺显示的销售量数据来看,都不算太高。潘登告诉记者,“挑挑小面”业务最差的时候一个月只有几万元的流水。

嗅在哪里:家家有本难念的经

“销售思路出了问题。”潘登说起“挑挑小面”没能借助风投之势快速发展的背后原因时,直言不讳地表示:“对于我们这样一个只做小面的电商品牌而言,能够获得1000万元的风投,绝对是再好不过的局面。可是,我们的思路抉择出了错,将大部分资金投入到了流量营销推广上。”据潘登介绍,“挑挑小面”通过多家推广公司,在微信、站台、电视等平台上砸了重金。“不到一年时间,1000万元的风投基金分文不剩;第二年又追加了几百万元投资,但效果并不显著。”

“有业内人士也提到,重庆小面在线下攒足了人气,很多面馆老板一时跟风纷纷转战电商市场。可是,他们大部分人都是做实体生意的,毫无互联网经营思路,“除了砸钱还是砸钱”。“老万县杂酱面”是重庆另一家小面电商品牌,创始人胡应超则将试水电商的失败原因归结为“集中精力打价格战”。“胡应超研发出的“老万县杂酱面”曾经也风光了一把。在2015年淘宝首届面食文化节上,该品牌还获得了“重庆首面霸”的称号。可是,随后,他发现网上有多家仿冒自己创立的相似品牌。“我当时认定,既然定位相似,那就用价格来赢得竞争。”

事实上,这样的价格战并没有打开赢面,反而损害了整个市场的集体利益。“那几年,电商平台上的很多重庆小面品牌价格混乱,有的卖七八元一盒,有的卖五六元一盒,甚至有的买一送一。”胡应超说,打价格战的最终代价就是“品牌自毁,商家自残”。

为高端制造布局,合肥“落子”工业设计

本报记者 陈华

5月中旬,2018世界制造业大会在合肥召开前的一段日子里,位于合肥蜀山经济开发区内的大会(合肥)工业设计城内一片忙碌,因为在这次大会上将有一次对他们来说“极其重要”的展览展示。

工业设计是面向工业生产的现代服务业。国务院发展研究中心的一份调研报告显示,全球已有20多个国家将工业设计发展纳入国家战略,并将其视为国家软实力的重要组成部分,以及迈向制造业中高端的重要手段。

合肥工业设计城是安徽省重点项目,是合肥规模最大的工业设计产业园和国际高端人才集聚区。此番,合肥市“落子”工业设计领域,其目标直指中国制造的高度和深度。

好的工业设计可使产品脱胎换骨

工业设计企业大多坐落于“北上广”等一线城市,其中尤以深圳较具有代表性。合肥工业设计城里不少企业就来自深圳。首批进驻工业设计城的合肥鼎典工业设计有限公司,其本部位于深圳,2004年成立。

“刚进入合肥市场,我就遇到了一个几乎可以成为工业设计领域的经典案例。”合肥鼎典负责人招理春告诉《工人日报》记者。

一家环保企业研发的机动车尾气遥测产品技术很好,但是销量总是上不去,这款产品研制出来已经有十多年时间,可是一直没有做相关的工业设计。产品不仅外形陈旧,而且很多零部件裸露在外,很容易发生故障。与合肥鼎典的合作,是这家高新技术企业与工业设计机构的首次合作。经过一番调研,合肥鼎典对这款产品线进行梳理后重新规划设计和研发,打造出全球首款机动车尾气立式遥测设备产品。

这款新产品不仅融合了更多的现代元素,大大降低了产品的不良率,而且由于安装位置的变化,实现了探测道路所有通行车辆监测的全覆

盖。产品于去年9月份上市,当年即为该公司实现年度营业收入60%的增长。

中工经投资发展有限公司目前负责运营合肥工业设计城。据中工经信息总经理王正荣介绍,“合肥有很多生产型、制造型企业,他们拥有很好的技术,但是并不是十分注重工业设计。”

“事实证明,一个很好的工业设计可以让一件产品‘脱胎换骨’。”王正荣说。

对于像合肥鼎典这样的工业设计企业来说,这也正是商机所在。“内地很多企业对产品设计的要求不高,尤其是很多传统制造业不太重视设计创新和品牌升级,相比较而言,他们对以工业设计促进利润提升有着更加迫切的需求。”招理春说,这也正是目前很多工业设计企业和从业人员从沿海城市来到合肥的一个重要原因。

“从目前发展趋势来看,这一定是一个朝阳产业。”招理春说。

为“idea”落地打通最后一公里

中国(合肥)工业设计城的正式开城时间是2016年12月,目前已有136家工业设计企业及上下游配套企业入驻,其中不乏国家级工业设计中心以及获得中国十佳工业设计公司荣誉的企业。

入驻工业设计城的合肥行言公司是一家合肥市本土工业设计企业,其主攻方向为工业设计中细分类目下的家居领域产品,并且多为线上销售产品。去年,一家电商企业主动过来找他们设计一款烧烤罐产品。

烧烤罐是一种用开水“焖”熟食物的用具,早前在国外流行,对中国人来说是一种“舶来品”,能否设计一款让国人喜欢的烧烤罐产品?有了这个“idea”之后,合肥行言确定在器形和功能等方面对烧烤罐有所突破。他们通过充分的市场调研,从使用环境和用户人群方面对烧烤罐进行重新分解和定义,打破了传统的“圆筒+盖子”的烧烤罐结构,确定了“好看+实用”的思路。

考虑到国内烧烤罐消费者主要集中在学生和母婴群体中,他们不仅为烧烤罐增加了“拎手”,而且在色彩上采用“双色、亮色”等因素。

因《嘿,小面》纪录片而走红的重庆小面爱好者李杰平,对于重庆小面在电商平台上纷纷败走麦城的局面并不感到意外,他指出的原因则是“味道不正宗”。李杰平告诉记者,曾经有家重庆小面品牌商邀请他试吃过一款新研发的麻辣小面方便面。“味道完全无法和真正街头的重庆小面相提并论。重庆小面重在麻辣鲜香,很多是摊主现春现制,让油辣子的香气、辣椒的香味得以最大化呈现,而方便式的小面麻辣并不突出,包装袋粉末作料包根本无法体现原汁原味的香气。”

前景探索:既要审视市场也需政策支持

事实上,当2013年重庆小面纷纷试水电商平台时,相关机构也做了很多的支持和努力。

重庆市小面协会执行会长曹家亮称,为了叫响重庆小面各个电商品牌,扩大销售渠道,协会推出了很多举措。例如,成立小面智库,邀请餐饮领域策划与营销的专家、深谙互联网生意的电商达人给小面从业者上课,培训他们在技术、运营以及品牌建设方面的能力。再例如,牵头小雨点网贷有限公司等金融机构,为刚开始试水电商的小面馆提供孵化基金以及低息贷款服务。

可是,为何收到的成效并不明显?曹家亮表示,一方面还是意识欠缺,很多小面商家以为线下卖得好,线上理应受欢迎,对于互联网市场根本没有重新审视;另一方面,政府之手不应该缺位。

曹家亮以广西柳州螺蛳粉的快速崛起举例,当年螺蛳粉的知名度并不如重庆小面,但近年来抓住了互联网机遇,仅网店就超过8000多家,销量在国内多个电商平台的米粉特产类排行榜名列第一。探究背后的原因,政府的支持起到了关键作用。“为做螺蛳粉原材料供应,柳州市政府不仅搞起了工业园区,还鼓励农民养殖螺蛳,制作酸笋、腐竹,把螺蛳粉当产业来做。”

加快打造系统化布局

“从项目立项到产品正式上线一共6个月时间,产品一经推出立刻成为网上销售平台上的‘爆款’。”合肥行言负责人李凤婷说,据她介绍,这款产品于去年底成为某电商平台烧烤罐类日销量第一名,为定制这款产品的销售企业带来9000多万元的销售量,占这家企业年销售额四分之一还多的份额。

虽然取得了一些成绩,但是在王正荣看来,仍然是喜忧参半。面对缺工业设计专业人才,缺高端的打板厂商,缺配套的新材料,王正荣有时非常着急,“甚至连高端的3D打印设备也稀缺”。不过,在她看来,只要能把这些资源整合好,“将来的合肥在工业设计方面就一定是一流的”。

事实上,合肥市对工业设计城已经有了具体规划,计划围绕国际化布局,重点引进先发地区的顶尖设计公司。按照合肥工业设计城的发展目标,未来3年~5年,设计城将引进各类设计企业及产学研机构300家,吸引工业设计及其他创意人才超3000人。

国海科技是一家从事智能旅游房车的企业,其设计的房车采用物联网技术和新能源设计,有效解决了国内房车营地基础设施配套不完善的问题。同为设计城里的企业合肥鼎典与其开展战略合作,为国海科技提供工业设计、品牌策划、房车营地规划。尤其是专利挖掘服务,合肥鼎典为国海科技规划房车专利38项专利。

另一家企业安徽爰扬,发挥自己在管理咨询方面的优势,入驻工业设计城当年,企业年产值即从之前的1000万元突破到3000万元。虽然取得了一些成绩,但是在王正荣看来,仍然是喜忧参半。面对缺工业设计专业人才,缺高端的打板厂商,缺配套的新材料,王正荣有时非常着急,“甚至连高端的3D打印设备也稀缺”。不过,在她看来,只要能把这些资源整合好,“将来的合肥在工业设计方面就一定是一流的”。

事实上,合肥市对工业设计城已经有了具体规划,计划围绕国际化布局,重点引进先发地区的顶尖设计公司。按照合肥工业设计城的发展目标,未来3年~5年,设计城将引进各类设计企业及产学研机构300家,吸引工业设计及其他创意人才超3000人。



重庆小面是最具特色的地方美食。东方IC供图

重庆小面如何在电商平台上卖得香、卖得远?曹家亮认为,“多元化才是区别传统小面的根结所在。”他谈到,平时接触过很多重庆小面商家,他们始终觉得最麻最辣才是最正宗的重庆小面,其实这是一种误解。电商平台讲究的是海纳百川,如何贴合电商平台特色进行多元化发展,如何迎合不同顾客研发出不同口味,才是重庆小面商家接下来要去探索和追求的电商之路。

鄂尔多斯将建成新的大气田

本报讯 5月22日,中石化集团公司所属的华北油气分公司东胜气田再传喜讯,多口气井喜获高产气流。奋战在鄂尔多斯盆地北部边缘的千余名科技工作者,历经60载曲折勘探开发路,攻克致密油气藏效益开发难度大、工程施工风险高等险关,新建产能突破10亿立方米,累计产气量达到8.56亿立方米,计划“十三五”期间建成年产30亿立方米,标志着中石化鄂尔多斯盆地又一大气田诞生,成为重要的资源接替阵地之一。

东胜气田位于鄂尔多斯市杭锦旗境内,早在1975年,原华北石油局三普勘探大队在杭锦旗区内施工的第一口探井—伊深1井,试获天然气日产1.59万方立方米。但由于气、水关系复杂,没有形成规模开发。经过多年持续研究,2011年,华北油气分公司调整勘探思路,重启东胜气田勘探开发。通过攻关地质、工程、采气等一系列技术难题,2015年以来,在辅58井区部署的多口气井并获得商业开发气流。2017年,该分公司继续加大在东胜气田勘探开发力度,在辅58井区及周边部署新井100多口。截至去年底,东胜气田累计建成生产气井200余口,累计提交探明储量796亿立方米,日产气量由年初的27万方立方米,快速增加至200万、270万方立方米,保有产能达到10.01亿立方米,为气田新产量的增加提供有力的支撑。(赵品华 马敏珍 全玲)

一汽解放中重卡4月销售同比增长16%

本报讯 (记者彭冰 通讯员刘长宇)受宏观经济企稳向好、基础设施投资拉动等多重因素影响,继一季度取得开门红之后,一汽解放4月份销售再创新高,当月销售中重卡2.7万辆,同比增长16%。1月~4月,一汽解放已累计实现销售11.7万辆,同比增长16%。“二季度赢则上半年赢,上半年赢则全年赢”,一汽解放科学规划营销节奏,实施了牵引领航、载货冲锋等系列专项方案。其牵引车1月~4月累计实现销售6.6万辆,成为行业“牵引之王”。同时,围绕辖区自卸、搅拌等工程车辆需求,制定有针对性的策略,自卸车、专用车销售均比去年同期增长一倍以上。今年上半年,一汽解放将力争完成全年目标的60%。

深圳打造高速公路“互联网”

本报讯 (记者刘静 通讯员曾海波)正值炎夏,在深圳光明新区外环高速公路第十二标项目施工现场,打桩机轰鸣不止,施工人员不顾炎热正在加紧施工。据负责施工的中国铁建十八局集团建设者介绍,该标段是深圳外环高速公路全线十三个标段之一。整个外环项目全长92.86公里,横贯深圳市东部和北部及东莞市东南部地区,采用6车道高速公路建设标准。全线桥梁总长54公里,隧道6.8公里。沿线规划互通立交24座。

深圳外环高速公路是广东省“九纵五横两环”高速公路主骨架网中的重要组成部分,也是深圳市“七横十三纵”快速道路网的重要“一横”,西起沿江高速,与沿江、广深、南光等深圳所有纵向高速公路交叉衔接,东至盐坝高速,进而与珠三角高速公路形成联网。

优化经营布局开拓海外市场

本报讯 日前,中国化学工程集团成功签约刚果(金)金沙萨基础设施及固废发电项目。“通过不断优化经营布局,强推转型升级,将集团建设成为具有全球竞争力的世界一流企业。”中国化学工程集团党委书记、董事长戴和根说。

该集团建立大经营格局。2018年1月,该集团对山东公路集团成功实施战略重组;与岳阳路桥签订并购重组合作框架协议;与山西路安集团、中国国际商会、锦展化工等签订战略合作协议。该集团响应“一带一路”政策,成立国际事业部、海外办事处等机构,开拓海外市场,目前在50多个国家和地区开展工程建设业务。2017年,先后在阿曼、迪拜、伊朗、印尼、马来西亚等多个国家和地区中标了石油化工、化肥及基础设施项目。今年,先后签署了尼日利亚炼油装置项目、俄罗斯原油深度转化项目、迪拜汽车城基础设施项目等。(赵作建 宋宝华)



“互联网+”助力花木经济发展

江苏沭阳县是全国闻名的花木之乡,目前花木种植面积50万亩,五大类3000多品种。近年来,该县抢抓“互联网+”机遇,促进市场开拓,实现农民增收。据了解,该县目前有近4万家网店,涌现3个淘宝镇、32个淘宝村。年网络销售额达85亿元,快递发货量达8500万件,全县网店总数3.3万个。

图为6月3日,江苏省沭阳县苏北花卉有限公司的工人将花木整理包装销售。陈岗摄/中新社