

流量红利衰退,用户需求转变,同质现象严重

互联网家装高速增长 行业面临三大挑战

子 烛

7月12日,齐家网的母公司齐屹科技于港交所主板上市,被称为“互联网家装行业第一股”。近年来,中国家装市场稳定增长,而互联网家装市场更是实现了快速发展。相关数据显示,互联网家装市场规模不断壮大,由2011年约500亿元增长到2017年近2500亿元。

在经历了门户时代和移动互联网时代的发展之后,家装行业实现了从线下转移到线上的可能性的探索。当前,中国互联网家装平台主要分3种模式,其一平台模式,如土巴兔、酷家乐、齐家、天猫家居、京东家居、惠装等;其二垂直模式,如家装e站、金螳螂家、万链等;其三家装后市场,如神工007、多彩饰家、万能小哥、轻松到家等。

随着互联网渗透率的持续上升以及在VR等众多新技术的驱动下,互联网家装市场呈现出明显的高增长潜力。据前瞻产业研究院《中国互联网家装行业市场前瞻与解决方案深度分析报告》数据显示,中国网上室内设计及建筑行业内的竞争相当激烈,2017年约有500至800名市场参与者。

随着行业的快速发展,一些问题也逐渐浮出水面。“互联网与家装行业的结合在很大程度上是由于移动互联网时代巨大的流量红利所导致的,但随着流量转移的消耗殆尽,家装行业通过互联网的渠道获取的用户流量不断减少,且这些流量的转化成本开始增加。平台的盈利压力骤增。”电子商务研究中心主任曹磊认为,流量红利逐渐衰退是当下互联网家装行业面临的重要挑战之一。

为了获取流量和客户,各大互联网家装平台不得不投入巨额广告费用,这导致当前互联网家装行业的盈利能力并不乐观。

其次,整个家装行业的用户需求发生转变也对互联网家装行业要求更高。“随着用户需求从单一向多元方面演变,传统的家装服务已经无法满足用户的装修需求。个性化的用户需求对于互联网家装平台的要求更高,不仅仅需要完善的供应链,还需要专业的设计,全方位的服务。服务能力跟不上用户的需求,平台面临着用户流失的风险。”曹磊指出。

在曹磊看来,当前互联网家装行业供应链整合能力不足导致各平台陷入同质化竞争。前两年,国内曾涌现出数百家互联网家装公司,但由于平台的整合能力、交付能力、施工能力不足,在此形势下,许多中小型网站举步维艰。相关数据显示,过去3年倒闭的互联网家装公司超过110家。

北京邮政无人机投递试飞

本报讯(记者丁军杰 通讯员秦春雷)7月13日,北京邮政在门头沟斋堂邮政支局举办无人机投递试飞仪式。随着起飞控制启动球的按下,无人机起飞,飞往目的地马栏村村邮站,现场大屏幕上则显示着安装在无人机上的摄像头所拍摄的沿途飞行实时画面及线路示意图,经过8分钟的飞行,无人机准确抵达降落点,成功完成了此次投递试飞任务。

据悉,此次试飞是由中国邮政集团公司北京市分公司主办,门头沟区邮政分公司、中邮科技有限责任公司承办,旨在以无人机这一全新投递手段提升京西山区地区邮政服务效率,为深山区政府及百姓提供更加便捷、准确、迅速的邮政服务。这架无人机引入由中邮科技有限责任公司自主研发的最新版无人机应用平台,能通过简易的操作实现无人机全程自动化飞行。无人机为6旋翼结构,整机重量6公斤,最大载重5公斤,最大飞行速度6米/秒,最大抗风能力6级,满载情况下最大续航时间30分钟,最远飞行距离15公里。此次试飞无人机投递路线由斋堂支局起飞到马栏村村邮站,无人机飞行直线距离约3.9公里,单程用时约8分钟,而通过汽车进行投递单程10公里,用时约20分钟,无人机的应用大大提升了邮件的投递效率。

家政服务业保持20%以上年增长率

据新华社电(记者叶昊鸣)中国劳动和社会保障科学研究院日前发布的《中国家政服务业发展报告(2018)》显示,近年来我国家政服务业整体保持良好发展势头,家政服务业产业规模继续扩大,连续保持20%以上的年增长率。

根据报告,近两来年国家家政服务行业政策密集出台,家政服务行业规范化和职业化建设成效明显,从业人员的技能水平有了较大的提高。2016年从业人员超过2500万人,占全国就业总人数的3.3%。同时家政服务领域不断拓展,专业化程度越来越高,分工越来越细。

随着人民生活水平的不断提高,越来越多的家庭具备了购买社会化家政服务的条件,家政服务业已经并正在释放出巨大的需求,是当前及今后一段时期内我国经济和就业的新增长点。报告预测,我国家政服务需求量2025年将稳步增长至5000万人。

报告指出,以“互联网+”和连锁经营为代表的新经营模式近年来不断涌现,对家政服务业产生了重要影响。养老服务和母婴护理等家政服务业主业业态持续发展,并随着中国老龄化的快速发展和全面二孩政策的实施,还将保持快速增长的态势。

购物中心里的画坊火了

7月15日,在武汉光谷K11购物中心尼莫艺术画坊体验店,前来学习绘画的少年儿童们在练习绘画。去年底,这家购物中心开业不久,以面向零基础的青少年为主的画坊体验店悄然进入,吸引了附近的青少年和一些在校学生前来体验。每到假日,画坊里便挤满前来学习体验的青少年和儿童,给这座购物中心平添了更加浓厚的艺术味儿。

本报记者 康 劲

今年以来,兰州街头的水果店纷纷“换货”,来自泰国和越南的樱桃、榴莲、凤梨等热带鲜果持续旺销。与此同时,来自东南亚的鲜虾、带鱼等冰鲜水产,也摆上了居民家的餐桌。

几乎在同一时间,远在马来西亚、新加坡等东南亚国家的人们,也开始品尝到来自兰州的苦苣、紫菜花、紫苤蓝等“高原夏菜”。

这一切的变化,得益于一条西北地区南北向的纵向“大动脉”——中国新加坡互联互通南向通道。

“如果经这条南向通道,从兰州向南到新加坡,比向东出海时间节约5天左右,陆海运距缩短约一半,大大节约运距和时间成本。”在兰州国际港务公司总经理曹柱看来,这节约的5天时间,恰恰成就了东南亚时鲜水果在兰州的热销。

“南向通道”让甘肃找到了“出海口”

所谓的“南向通道”是中新(重庆)战略性互联互通示范项目,是中国政府和新加坡政府在中国的西部地区合作推进的第三个政府间合作项目。该项目于2016年初开始启动。项目对接重庆、贵州并经广

西出海出边直至连通新加坡。

据了解,现在西部地区大多数贸易通道都是东西向大通道,“南向通道”则由北部海湾港和南宁向北经贵阳、重庆、成都,连通西安和兰州,将形成我国西部地区第一条南北向的纵向大动脉,也使我国西北地区多了一条向南出海的大通道。

“中新互联互通南向通道项目为新加坡和中国合作带来无限可能,提高了我们的想象力。”新加坡副总理兼国家安全统筹部长张志贤7月5日在兰州表示。

事实上,站在这条“南向通道”最北端的甘肃,看到了更多的“无限可能”。

地处西北内陆的甘肃,长期以来因为不靠海、不沿边、不沿江,而严重制约着当地经济发展,而“南向通道”的建设,让甘肃找到了“出海口”。

近年来,随着“一带一路”倡议的提出和实施,甘肃成为中国向西开放的黄金地段,成为连接各个区

域板块、构建联动开放格局的重要枢纽,迎来了融入国际合作、实现自身振兴的重大契机。甘肃与广西、重庆、贵州联手推进中国新加坡互联互通项目南向通道建设,实现了我国西南与西北、中亚与东南亚的联通。

在7月5日举行的第二十四届中国兰州投资贸易洽谈会暨丝绸之路合作发展高端论坛上,甘肃省委书记林铎在致辞中表示,“甘肃已经形成东进西出、南来北往、陆海联运的交通格局,不仅增添了我们发展和开放的底气,也必将带来各种生产要素加速流动聚集的商气。”

兰州将成为“一带一路”货物集散中心

初夏时节,位于兰州西固区东川、新城片区的兰州国际港务区正加紧建设,拔地而起的高楼大厦,星罗棋布的储存仓库,巍然屹立的工程机械,来来往往的货运列车,源源不断的货物流……通过兰州国际港务区,把兰州和重庆西部物流园、广西钦州港联系起来,把甘肃和世界连接起来,让兰州真正成为“一带一路”重要连接点。

作为甘肃省会的兰州,也借助这条“南向通道”,凸显出独特的战略优势、区位优势、交通优势、功能优势、产业优势。

目前,甘肃正在探索南向通道货运班列与中欧、中亚货运班列的衔接,兰州新区中川北站作为中亚列车发运地,兰州国际港务区作为南亚班列和南向通道货运班列发运地,基础设施建设进一步完善。

为深入推进建设,甘肃成立了甘肃南向通道建设推进组,下设铁海联运、贸易和通关一体化、人文旅游、临海飞地经济、大数据5个工作小组,全力打造国际陆海贸易新通道。

南向通道建设,最基础是交通实现通达。目前陇海、兰新、兰青、兰渝、宝兰、兰成、包兰等10个方向的铁路干线交汇兰州,使兰州形成全国八横八纵铁路网的西北枢纽,也是“渝新欧”等中欧班列的必经之地。

2017年9月29日,兰渝铁路全线开通运营,使兰州至重庆的铁路运行线路比原来缩短了约700公里,打通了南向通道建设的交通瓶颈。



7月5日,以“深化经贸合作、共建绿色丝路”为主题的第二十四届兰洽会在甘肃兰州拉开大幕。东方IC供图

兰州启动建设内陆无水港,进一步与周边省区建立合作机制,拓展货源渠道,增设南向通道班列发运站,完善发运站冷链集装箱及仓储设施,并计划年底前实现每月3-4班常态化运行。

依托重庆“渝新欧”中欧班列与甘肃省“兰州号”中亚班列已实现常态化运行的集货发运优势,相互借力,正在逐步实现甘肃企业出口欧洲货物在重庆集结,通过“渝新欧”班列直达沿线上海;重庆企业出口中亚货物,在兰州完成集结直接抵达阿拉木图。

甘肃省正在争取更多的铁路、公路、场站等重点基础设施建设项目纳入“一带一路”总体规划,构建立体交通网络体系,推动软硬件设施的完善与互联互通,将兰州打造成为南下东进和北上西出货运班列的集结编组枢纽和集散中心。

“南向通道”建设,使甘肃实现了内陆与深海的大拥抱、“一带一路”的大联通。

东风本田第400万辆车下线

本报讯(记者邹明强)东风本田汽车有限公司成立十五周年主题纪念活动7月15日在武汉体育中心举行。东风Honda也迎来了第400万辆产品下线的时刻。

东风与本田合营合作,2003年7月16日,东风本田汽车有限公司在武汉经济技术开发区正式成立。2004年4月24日,中国城市SUV车型CR-V从总装线驶出,东风Honda开启了进军中国车市的旅程。十五年来,东风Honda经营规模不断壮大,发展质量不断提升,体系能力也不断走向成熟。尤其是近3年来,面对国内汽车市场增速放缓的大环境,东风Honda不断提升研发、制造、品质、营销、管理等综合竞争力,持续强化与供应商、经销商伙伴的合作共赢关系,实现了跨越式增长。

东风Honda表示,今后将继续以“智能化、网联化、电动化、共享化、轻量化”为产品升级方向,打造中国汽车市场“年轻、时尚、运动”潮流标杆,并以真诚细致的贴心服务让客户们体验到“实质的信赖”。

比亚迪出口100辆e6纯电动汽车

本报讯(记者刘友婷)7月12日,深圳大铲湾整车口岸通过滚装船送出了100辆深圳本土汽车制造品牌——比亚迪e6纯电动汽车。这批纯电动汽车将被送往泰国林查班,作为VIP计程车投身曼谷。这是大铲湾整车口岸首次以滚装船的方式出口汽车,也是比亚迪首次在深圳如此大规模地通过滚装船将汽车运送至国外。

据介绍,今年3月,泰国陆路运输厅厅长沙匿主持“VIP计程车-比亚迪e6”合作备忘录签字仪式,宣布将在3个月内曼谷投放100辆比亚迪e6纯电动汽车,目标是至2019年有1000辆电动出租车提供服务。作为深圳市唯一的海路整车进口口岸,大铲湾码头位于粤港澳大湾区的核心地带,毗邻前海深港现代服务合作区。未来,该码头将借助“一带一路”政策东风,持续发挥区域优势,服务经济发展。

连镇铁路涟水制梁场箱梁架设完成

本报讯(记者刘静 通讯员许鹏健 童超群)7月12日,由中铁十六局集团五公司承建的连(云港)镇(江)铁路涟水制梁场最后一孔箱梁架设完成,为后续箱面施工创造了有利条件。

据介绍,梁场主要负责管段内737孔简支箱梁架设任务,单线箱梁每孔重量大约465吨,双线箱梁每孔重量大约714吨。为确保施工安全,项目部制定了一系列的安全制度,落实安全生产责任制,确保箱梁架设任务顺利完成。连镇铁路是国家重点基础设施建设项目,建成后将是江苏省连苏、苏中、苏南地区的南北纵向主通道,并具有京沪高铁辅助通道的重要功能。该铁路设计时速250公里。

吉林石化汽油升级项目全面展开

本报讯(记者彭冰 通讯员杨志达)总投资4.69亿元的吉林石化汽油质量升级项目日前全面展开建设,计划在2018年12月项目完成,届时所产出的油品将达到最新国六标准。

记者从吉林石化炼油厂获悉,新建装置将采用俄罗斯技术公司炼油和气化部提供的工艺,以MTBE醚后碳四液化气、加氢裂化液化气和芳烃液化气为加工原料,生成烷基化油输送至汽油池,经过调和后使汽油中烯烃类含量降至15%以下,不仅能满足国家汽油质量升级的环保要求,还能进一步改善吉林石化的汽油产品结构。2016年12月,国家下发车用汽油国六新标准,全国实施时间定为2019年1月1日。

“南向通道”让甘肃实现“一带一路”大联通

连接我国西南与西北、中亚与东南亚

“南向通道”让甘肃找到了“出海口”

所谓的“南向通道”是中新(重庆)战略性互联互通示范项目,是中国政府和新加坡政府在中国的西部地区合作推进的第三个政府间合作项目。该项目于2016年初开始启动。项目对接重庆、贵州并经广

西出海出边直至连通新加坡。

据了解,现在西部地区大多数贸易通道都是东西向大通道,“南向通道”则由北部海湾港和南宁向北经贵阳、重庆、成都,连通西安和兰州,将形成我国西部地区第一条南北向的纵向大动脉,也使我国西北地区多了一条向南出海的大通道。

“中新互联互通南向通道项目为新加坡和中国合作带来无限可能,提高了我们的想象力。”新加坡副总理兼国家安全统筹部长张志贤7月5日在兰州表示。

事实上,站在这条“南向通道”最北端的甘肃,看到了更多的“无限可能”。

地处西北内陆的甘肃,长期以来因为不靠海、不沿边、不沿江,而严重制约着当地经济发展,而“南向通道”的建设,让甘肃找到了“出海口”。

近年来,随着“一带一路”倡议的提出和实施,甘肃成为中国向西开放的黄金地段,成为连接各个区

多家中德汽车、零部件企业的合作签约则向业界展示了BAB未来的竞争方向。

凯迪拉克一马当先

上半年,豪华车第二阵营的竞争格局同样已经逐步稳固。凯迪拉克上半年同比增长39%,成为增长最快的豪华车品牌,占据豪华车第二阵营之首。去年2月超越捷豹路虎,凯迪拉克冲至二线高档首位。今年上半年,凯迪拉克更是一举突破11万辆,以超过第二名捷豹路虎40661辆的成绩,一跃成为豪华车第二阵营中的绝对领先者。今年凯迪拉克设定的年度销量目标是20万辆,而上半年已经超额完成56%。在目前豪华车第二阵营中,凯迪拉克已成为最有希望冲击第一阵营的。近两年一直在奔驰与奥迪之间反复。从今年上半年的表现来看,奔驰第一、奥迪第二、宝马第三的格局基本确定下来,奔驰足以领先奥迪4万辆之多。奔驰正在将全球市场的领先优势扩展至中国市场,这对于领跑国内豪华车市30年的奥迪而言,不能不引起重视。与此同时,一些不同于以往的变化开始显现出来。

首先是豪华车继续发力SUV市场,SUV的比拼成为豪华车第一阵营相互之间对阵的焦点。最显著的例子是,近日先后有宝马X3和奥迪Q5L两款全新车型接连上市,其针锋相对的态势,暗示出中级SUV市场的竞争之激烈。其次,在豪华车大型轿车领域,豪华车第一阵营的表现平平,远不如豪华车第二阵营的高增长。再次,BAB之间的争夺,也正在从以往的传统燃油车型,向着新能源、自动驾驶、智能网联等领域全面展开。7月初先后上市的宝马国产X3、奥迪Q5L,以及即将随之而来的奔驰GLC,或许只是BAB下半年争夺的开端;而近日来



上半年豪华车市场竞争大格局不变,但是在不同的细分市场,各品牌之间出现了一些过往不曾有的新现象,有可能成为下半年豪华车市场的新变数。

最大的表现是豪华车持续加码SUV,宝马X3和奥迪Q5L在间隔不到一周的时间内接连上市。而宝马在下半年还将推出X2、X4、X6,奥迪也有Q2L等新的SUV产品。相较之下,较早完成SUV产品换代更新的奔驰,今年上半年GLC和GLS两款SUV分别实现57%和51%的同比增长。下半年三强之间的SUV混战将陆续上演。

在豪华车第二阵营当中,SUV的表现更是关系到销量排名,沃尔沃XC60已经上市半年时间,上半年的热销直接带动沃尔沃在与捷豹路虎和雷克萨斯的竞争中占据上风。另一个更重要的细节是,下半年,第二阵营豪华车品牌将统一上马紧凑型SUV,沃尔沃XC40、凯迪拉克XT4、雷克萨斯UX、捷豹E-PACE等将陆续推出,届时紧凑型SUV大混战也将拉开。

在SUV之外,另一变化是豪华车中高级轿车细分市场“变天”。过去,中高级轿车的竞争主要集中在奔驰E级、宝马5系、奥迪A6L三者之间,其他品牌难以进入主流阵地。但今年上半年,凯迪拉克CT6保持两位数以上增长,而宝马5系和奥迪A6L则出现微增。这意味着,在豪华车中高级轿车领域,第二阵营已经开始对第一阵营发起猛烈冲击。总体而言,豪华车第一阵营下半年的竞争焦点在于中级和紧凑级SUV新品的较量,而二线豪华车领域主要集中在紧凑级SUV领域。同时在中高级轿车领域,豪华车第一阵营和第二阵营之间的竞争还将持续上演。

在SUV之外,另一变化是豪华车中高级轿车细分市场“变天”。过去,中高级轿车的竞争主要集中在奔驰E级、宝马5系、奥迪A6L三者之间,其他品牌难以进入主流阵地。但今年上半年,凯迪拉克CT6保持两位数以上增长,而宝马5系和奥迪A6L则出现微增。这意味着,在豪华车中高级轿车领域,第二阵营已经开始对第一阵营发起猛烈冲击。总体而言,豪华车第一阵营下半年的竞争焦点在于中级和紧凑级SUV新品的较量,而二线豪华车领域主要集中在紧凑级SUV领域。同时在中高级轿车领域,豪华车第一阵营和第二阵营之间的竞争还将持续上演。

在SUV之外,另一变化是豪华车中高级轿车细分市场“变天”。过去,中高级轿车的竞争主要集中在奔驰E级、宝马5系、奥迪A6L三者之间,其他品牌难以进入主流阵地。但今年上半年,凯迪拉克CT6保持两位数以上增长,而宝马5系和奥迪A6L则出现微增。这意味着,在豪华车中高级轿车领域,第二阵营已经开始对第一阵营发起猛烈冲击。总体而言,豪华车第一阵营下半年的竞争焦点在于中级和紧凑级SUV新品的较量,而二线豪华车领域主要集中在紧凑级SUV领域。同时在中高级轿车领域,豪华车第一阵营和第二阵营之间的竞争还将持续上演。

在SUV之外,另一变化是豪华车中高级轿车细分市场“变天”。过去,中高级轿车的竞争主要集中在奔驰E级、宝马5系、奥迪A6L三者之间,其他品牌难以进入主流阵地。但今年上半年,凯迪拉克CT6保持两位数以上增长,而宝马5系和奥迪A6L则出现微增。这意味着,在豪华车中高级轿车领域,第二阵营已经开始对第一阵营发起猛烈冲击。总体而言,豪华车第一阵营下半年的竞争焦点在于中级和紧凑级