

家电行业半年度报告发布

“更新需求”将成为增长主力军

东升

“2018年上半年,中国家电市场规模达到4213亿元,同比增长9.7%,增长势头依然明显。”8月10日,中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心在北京联合发布了《2018年中国家电行业半年度报告》,对上半年家电市场发展情况进行了梳理,对未来市场进行了展望。

消费升级高端市场发力明显

报告指出,2018年上半年,面对房地产市场需求的低迷以及传统家电市场的饱和,城镇更新市场和农村新增市场成为家电市场新的增长空间。随着城镇化的加速推进、人民收入的增加、住房条件的改善,消费者对家电产品的购买能力显著增强,对家电产品的期望也越来越大。“85后”和“90后”新生代人群逐步成为消费主力军,品质化、智能化、个性化、多元化的消费特点也日趋凸显。

“中国家电的转型升级趋势已经不可逆转,家电制造企业和渠道商都在力推中高端产品。”报告显示,2018年上半年,中国家电市场规模同比增幅9.7%,虽然整体市场增幅不及2017年,但中高端产品在结构上的变化非常明显。2018年上半年,彩电65英寸的零售量占比已接近10%,较去年同期已实现倍增;搭载4K、OLED、量子点、人工智能等功能的彩电产品均出现了强劲增长,凸显出消费者对高端产品的欢迎。同时,消费者也倾向于追求多样化、节能化、智能化的产品,例如大风压已经成为吸油烟机的一大卖点,搭载屏幕的智能吸油烟机的比重也在持续提升;一级能效的燃气灶比重超过50%,搭载APP、远程调控、智能云菜单的嵌入式厨电零售份额达32.9%。

“可以预见,在整个消费升级的大趋势下,中高端家电产品将成为整个市场进一步增长的全新动力。”

线上线下不断融合

报告显示,2018年上半年,家电线上市场规模达到1409亿元,同比增长32.8%。线上市场继续延续了高速增长的态势,对于整个上半年市场的企稳增长起到重要作用。

而线下渠道在整个市场的占比依然相当大,具有绝对权重。报告显示,2018年上半年,家电线下市场规模达到2804亿元,同比增长9.0%。虽然线上市场呈现快速增长态势,但线下渠道定海神针的作用并未改变。而且,诸多线上平台在经历过高速发展期后,纷纷加强线下渠道的布局。线下零售店的价值正在被重新评估。

整体来看,家电连锁渠道的市场表现离不开主流家电渠道商近年来线上和线下联动的发力,未来家电渠道市场需要掌控线上和线下两个维度,通过线上引流、线下服务的O2O模式,为消费者带去更好的购物体验。全新的市场形态下,家电连锁巨头们开始积极探索线上线下协同,打造智慧零售样板,通过整合线上线下优势资源,打破市场需求低迷瓶颈。以苏宁为例,通过整合线上线下优势,其产品销售等方面迈上了一个台阶。2018年上半年中国全渠道家电销售规模中,苏宁采购份额高达21.1%,领跑全渠道第一。

“不过,在以消费者需求为导向的大环境下,满足客户需求始终是家电从业企业的第一要务。”报告指出,新时代家电零售回归的支点仍然是优质产品和服务。当然,优质的购物体验组成既有客观、务实的标准化部分,如产品,也有重体验、重品质的非标准化部分,如服务方面的家电送装一体、急速达、准时达、如约送等。最终形成以消费者为核心,以零售商为主导,以服务商为支撑,以制造商为定制的供给格局。

更新需求成主要驱动力

对于2018年下半年的家电市场发展,报告分析认为,中国家电市场将呈现稳健增长态势,市场规模预计达到8586亿元,同比增长8%。更新需求在总需求中的占比将大幅提高,成为市场增长的主要动力。同时,高品质、智能化、差异化、直击消费痛点的产品以及能够进一步改善居民生活体验的新兴家电产品将成为市场增长的新动力。

报告指出,从资源、规模驱动到效率、创新驱动,中国家电业正在经历技术、商业模式等多个维度的创新变革,可谓机遇与挑战并存。而将“满足人民日益增长的美好生活需求”作为自己追求的中国家电业,市场前景可期。

“消费分级”打响细分人群争夺战

电商企业抢滩布局社交“拼团”

子烨

8月7日,淘宝联合支付宝悄然上线了拼团功能引发业内普遍关注。此外,苏宁将8月8日定为“拼购日”,单天订单量突破500万单。据了解,“8·18”期间苏宁还将上线主打正品拼团概念的“苏宁拼购”平台。

淘宝、苏宁一系列动作的背后,是主打低价的社交电商平台拼多多快速成为国内电商的重要一极。拼多多的高速增长也促使淘宝、支付宝、京东、网易等电商巨头纷纷开始发力拼团业务。

据阿里巴巴2018财年数据显示,中国零售平台的年度活跃消费者目前已达到5.52亿,较去年年底增长3700万。“新增年度活跃消费者主要来自三四线城市和农村地区。”电子商务研究中心主任曹磊指出,中国市场是一块“大蛋糕”,消费者收入和消费能力差距是非常大的,消费越来越走向细分市场。低价不低质、严格把控供应链的拼团模式,将给电商巨头带来大量的三四线城市以下,以及农村地区的新用户。“拼团的出现,目标人群主要定位在三四线城市以及老年人。这一群体对于价格较为敏感并且数量庞大,包括家庭主妇、工薪阶层、白领阶层以及一些刚入门的农村电商用户。电商平台对于三四线以下城市人群以及中老年人群的争夺战已经打响。”

在曹磊看来,“消费分级”使不同的消费人群需要不同的方式运营,电商平台需要精细化的运营方式来提升用户体验。在线上获客成本越来越高的当下,拼购、分销等为典型的社交电商模式,成了电商平台快速吸引客流的新方式。

“互联网公司的竞争很大程度上是流量的竞争,随着互联网人口红利的消失,电商成本逐年增长。然而,线上流量并未被完全挖掘,以微信为代表的社交场景蕴藏巨大商机。借助对于社交关系链的洞察,拼多多走出了‘社交+电商’的路线。社交的背后是信任,拼团模式带来参与感和实惠,使商品信息形成裂变式传播,有利于提升订单转化率和复购率。”曹磊指出,拼团模式看似简单,却打通了社交和电商两大场景的隔阂,开辟新的蓝海,使社交网络重构中国电商格局成为可能。

曹磊认为,社交拼团模式依靠用户“口口相传”能形成“裂变式”传播,以较低的成本带动新用户增长,是移动电商、社交媒体相结合的商业模式的创新,意图抢滩收割社交电商巨大流量红利。

本报记者 黄仕强 实习生 刘昱含

催热市场也埋下隐患

民宿经营如何走上有序之路

“2018年上半年,中国家电市场规模达到4213亿元,同比增长9.7%,增长势头依然明显。”8月10日,中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心在北京联合发布了《2018年中国家电行业半年度报告》,对上半年家电市场发展情况进行了梳理,对未来市场进行了展望。

消费升级高端市场发力明显

报告指出,2018年上半年,面对房地产市场需求的低迷以及传统家电市场的饱和,城镇更新市场和农村新增市场成为家电市场新的增长空间。随着城镇化的加速推进、人民收入的增加、住房条件的改善,消费者对家电产品的购买能力显著增强,对家电产品的期望也越来越大。“85后”和“90后”新生代人群逐步成为消费主力军,品质化、智能化、个性化、多元化的消费特点也日趋凸显。

“中国家电的转型升级趋势已经不可逆转,家电制造企业和渠道商都在力推中高端产品。”报告显示,2018年上半年,中国家电市场规模同比增幅9.7%,虽然整体市场增幅不及2017年,但中高端产品在结构上的变化非常明显。2018年上半年,彩电65英寸的零售量占比已接近10%,较去年同期已实现倍增;搭载4K、OLED、量子点、人工智能等功能的彩电产品均出现了强劲增长,凸显出消费者对高端产品的欢迎。同时,消费者也倾向于追求多样化、节能化、智能化的产品,例如大风压已经成为吸油烟机的一大卖点,搭载屏幕的智能吸油烟机的比重也在持续提升;一级能效的燃气灶比重超过50%,搭载APP、远程调控、智能云菜单的嵌入式厨电零售份额达32.9%。

“可以预见,在整个消费升级的大趋势下,中高端家电产品将成为整个市场进一步增长的全新动力。”

线上线下不断融合

报告显示,2018年上半年,家电线上市场规模达到1409亿元,同比增长32.8%。线上市场继续延续了高速增长的态势,对于整个上半年市场的企稳增长起到重要作用。

而线下渠道在整个市场的占比依然相当大,具有绝对权重。报告显示,2018年上半年,家电线下市场规模达到2804亿元,同比增长9.0%。虽然线上市场呈现快速增长态势,但线下渠道定海神针的作用并未改变。而且,诸多线上平台在经历过高速发展期后,纷纷加强线下渠道的布局。线下零售店的价值正在被重新评估。

整体来看,家电连锁渠道的市场表现离不开主流家电渠道商近年来线上和线下联动的发力,未来家电渠道市场需要掌控线上和线下两个维度,通过线上引流、线下服务的O2O模式,为消费者带去更好的购物体验。全新的市场形态下,家电连锁巨头们开始积极探索线上线下协同,打造智慧零售样板,通过整合线上线下优势资源,打破市场需求低迷瓶颈。以苏宁为例,通过整合线上线下优势,其产品销售等方面迈上了一个台阶。2018年上半年中国全渠道家电销售规模中,苏宁采购份额高达21.1%,领跑全渠道第一。

“不过,在以消费者需求为导向的大环境下,满足客户需求始终是家电从业企业的第一要务。”报告指出,新时代家电零售回归的支点仍然是优质产品和服务。当然,优质的购物体验组成既有客观、务实的标准化部分,如产品,也有重体验、重品质的非标准化部分,如服务方面的家电送装一体、急速达、准时达、如约送等。最终形成以消费者为核心,以零售商为主导,以服务商为支撑,以制造商为定制的供给格局。

更新需求成主要驱动力

对于2018年下半年的家电市场发展,报告分析认为,中国家电市场将呈现稳健增长态势,市场规模预计达到8586亿元,同比增长8%。更新需求在总需求中的占比将大幅提高,成为市场增长的主要动力。同时,高品质、智能化、差异化、直击消费痛点的产品以及能够进一步改善居民生活体验的新兴家电产品将成为市场增长的新动力。

报告指出,从资源、规模驱动到效率、创新驱动,中国家电业正在经历技术、商业模式等多个维度的创新变革,可谓机遇与挑战并存。而将“满足人民日益增长的美好生活需求”作为自己追求的中国家电业,市场前景可期。

“消费分级”打响细分人群争夺战

电商企业抢滩布局社交“拼团”

子烨

8月7日,淘宝联合支付宝悄然上线了拼团功能引发业内普遍关注。此外,苏宁将8月8日定为“拼购日”,单天订单量突破500万单。据了解,“8·18”期间苏宁还将上线主打正品拼团概念的“苏宁拼购”平台。

淘宝、苏宁一系列动作的背后,是主打低价的社交电商平台拼多多快速成为国内电商的重要一极。拼多多的高速增长也促使淘宝、支付宝、京东、网易等电商巨头纷纷开始发力拼团业务。

据阿里巴巴2018财年数据显示,中国零售平台的年度活跃消费者目前已达到5.52亿,较去年年底增长3700万。“新增年度活跃消费者主要来自三四线城市和农村地区。”电子商务研究中心主任曹磊指出,中国市场是一块“大蛋糕”,消费者收入和消费能力差距是非常大的,消费越来越走向细分市场。低价不低质、严格把控供应链的拼团模式,将给电商巨头带来大量的三四线城市以下,以及农村地区的新用户。“拼团的出现,目标人群主要定位在三四线城市以及老年人。这一群体对于价格较为敏感并且数量庞大,包括家庭主妇、工薪阶层、白领阶层以及一些刚入门的农村电商用户。电商平台对于三四线以下城市人群以及中老年人群的争夺战已经打响。”

在曹磊看来,“消费分级”使不同的消费人群需要不同的方式运营,电商平台需要精细化的运营方式来提升用户体验。在线上获客成本越来越高的当下,拼购、分销等为典型的社交电商模式,成了电商平台快速吸引客流的新方式。

曹磊认为,社交拼团模式依靠用户“口口相传”能形成“裂变式”传播,以较低的成本带动新用户增长,是移动电商、社交媒体相结合的商业模式的创新,意图抢滩收割社交电商巨大流量红利。

小区民宿增多,游客进进出出,埋下许多安全隐患……

行业纵横

2018年8月15日 星期三
http://www.worker.cn

7

本报记者 黄仕强 实习生 刘昱含

催热市场也埋下隐患

近日,重庆市南岸区某住宅小区贴出一份公告,内容核心是重拳整治该小区违规民宿扎堆的现象。记者调查发现,在重庆市渝中区解放碑和朝天门周边、江北区北滨江路沿线、南岸区南滨路一带的住宅楼盘,违规民宿分布最为密集,甚至某一个住宅小区就存在300多家。

看上去,民宿火热背后是商机无限,但另一个不争的事实是,同样也埋下了安全隐患的种子。

不再安全的家

家住重庆市渝中区七星岗财信·半岛铂寓的吴先生,前段时间发现自己所住的小区每天有很多陌生人出入。

“本来家是一个让人安心的地方,现在却变成提心吊胆。”让吴先生感到不安的这些陌生人,就是进入小区民宿入住的游客。

为什么会有这么多游客涌入住小区?起因便是吴先生所在小区进行的一次授牌:重庆城市民宿示范基地。

“起初购房时,开发商并没有民宿经营的定位,而是作为封闭式住宅小区出售。当我们搬进后,才发现很多民宿开在里面。”在财信·半岛铂寓小区走访时,一些自住业主向《工人日报》记者说道。据介绍,财信·半岛铂寓小区离重庆解放碑商圈步行只需要20分钟,这样的黄金距离自然使得该小区成为许多民宿经营者青睐的地段。

该小区的物业部门相关负责人对于民宿扎堆的现象并没有回避,但其表示对于这种现象物业部门也无可奈何。“我们调查过,超过半数以上的民宿都是由业主自行交付某些经营者打理,业主对自己房子使用的权利,我们无法干涉。”不过,对于小区民宿经营者是否取得相关资质,该负责人却三缄其口。

记者走访发现,像财信·半岛铂寓小区这样的情况,在重庆并非孤例,位于朝天门周边的海客瀛洲小区便是另一个“网红民宿点”。多位住在海客瀛洲小区的居民告诉记者,每天都能看到拖着行李箱的游客进进出出,这样的景象已经持续了一年多,整个小区存在300多家民宿。

“不论是在普通住宅还是商住公寓,散房运营的民宿都是不合规的。”法律界人士告诉记者,目前我国相关法规规定,能够获得合法手续的“民宿”,往往被规定位于郊区,利用村民自建住宅进行改造。公安部门也指出:“由于日租房、民宿不能取得消防许可证,所以不能办理特种行业许可证,未经许可擅自经营旅店业属于违法行为。”

这样的相关规定也进一步证明众多开设在住宅小区内的民宿处于无证经营的状态,可能存在很多不安全因素。记者走访时,就从海客瀛洲小区的自住业主口中听到一个案例:当地派出所曾经在小区某民宿内查获8人,有6个人拿不出身份证件,能出示身份证的2人居然在网上查不到任何信息。

“感觉自己住的小区成了一个鱼龙混杂之地。”重庆某民宿扎堆的小区居民说,这样糟糕的感受让他们颇感无奈。

据重庆市旅店业协会相关人士透露,重庆全市各住宿业态在1万家以上,其中主城有8000多家。不过,在这当中,具备正规许可资质的酒店、旅馆等传统业态约6000家。也就是说,剩余的经营者几乎都是通过网络平台经营的民宿。

网络平台也为民宿火爆提供了有利条件。记者

从目前全国最热门的爱彼迎、小猪短租、木鸟短租等各大网络平台的房源信息,自行撤除户外宣传用招牌、灯箱、海报等器材和广告。

据重庆市公安局相关人士表示,这次对于民宿的清查范围面向全市。而记者在重庆多个民宿较集中的小区看到,大门口等显著位置摆放了禁止民宿、公寓式酒店非法经营的告示牌,并且禁止一切携带拉杆箱的非从业人员进入小区。

记者还了解到,前不久,重庆市渝中区相关部门召开了民宿整顿规范专题会,要求辖区内所有民宿经营者立即停止“擅自改变房屋使用结构及功能”的行为,在30日内恢复房屋原貌,并接受相关部门入户查处。财信·半岛铂寓小区的吴先生告诉记者,小区内的游客数量近段时间的确有所减少,但依然有部分民宿经营者对规定置若罔闻。“以前游客是堂而皇之地进入,现在民宿经营者变了花样,要求游客深夜才能入住,而且放弃乘电梯上楼,改为走楼梯。”

通过这一系列的举措,重庆民宿热得到了“降温处理”,但真正要实现违规现象被根除,民宿经营走上有序之路,还有待时日。



尹正义/东方IC

小猪短租、木鸟短租等各大网络平台的房源信息,自行撤除户外宣传用招牌、灯箱、海报等器材和广告。

据重庆市公安局相关人士表示,这次对于民宿的清查范围面向全市。而记者在重庆多个民宿较集中的小区看到,大门口等显著位置摆放了禁止民宿、公寓式酒店非法经营的告示牌,并且禁止一切携带拉杆箱的非从业人员进入小区。

违规现象亟待整改

近日,民宿在重庆“野蛮生长”的状况引起了相关部门的重视。记者获悉,重庆多个部门都接到了市民投诉,希望能够对民宿进行管控。

7月24日,重庆市公安局就市民关心的民宿、公寓式酒店扰民问题,进行了表态。仅隔了一天,民宿较为集中的重庆市南岸区公安分局弹子石派出所就迅速公布了整改措施。记者看到,整改措施要求民宿经营者即日起停止经营并消除违法行为,将房屋回归正常使用用途,配合公安机关的居民住处情况登记;自行撤除发布于去哪儿网、大众点评、爱彼迎、

国内知名投资机构纷纷入驻,注册基金企业227家,拟募集资金规模563.43亿元,基金导入产业项目快速增长

莱西:打造基金小镇助力新产业发展

本报记者 杨明清
通讯员 侯义凤 孙大松

在风光旖旎的2万亩姜山湿地之畔,山东省内首座基金小镇正在蓬勃生长。

青岛(姜山)基金小镇自去年6月启动以来,截至今年7月底,已注册基金企业227家,认缴资金规模251.85亿元,实缴资金规模34.99亿元,拟募集资金规模563.43亿元,一批国内知名投资机构入驻基金小镇。

据了解,打造金融资本聚集的“蓄水池”和“动力核”,可以优化区域经济结构、发展新兴产业,促进金融资本和实体经济的互动发展,孵化、培育和发展新兴产业,间接带来经济新增长点以及大量的就业机会,助力地方新旧动能转换。

“项目一期规划占地1000亩,投资10亿元,先期开工投资4亿元,当项目遇到资金瓶颈时,基金公司当即决定注入1.6亿元的建设资金,保证项目建设顺利进行。”江海红说。

“基金助推产业,是莱西市建立基金小镇的主要目的。”江联军告诉记者,过去企业跟银行对接,银

行只能带来资金,但基金不仅能够解决资金瓶颈,从技术、管理、市场拓展到将来登陆资本市场,在全生产链都能够参与产业发展。

3个工作日完成注册

青岛姜山基金小镇管理有限公司总经理崔恒强告诉记者,要让基金更好地发挥作用,成为新旧动能转换的“动力核”,首先要确保基金和管理机构在莱西扎根、集聚。基金小镇建立了“管委会+市场主体”的运营模式,成立了姜山基金小镇管委会,下设综合协调部、审批保障部、招商运营部、风险防控部;设立了青岛姜山基金小镇管理有限公司,全面负责基金小镇的招商、运营、管理和服务。通过管委会与运营公司的有效衔接,确保基金小镇运营管理专业化、市场化、灵活化。

为吸引基金到莱西市落户、发展,莱西市先后出台了政策,对基金企业及