

养老产业缺口巨大，吸引国企布局市场

本报记者 蒋菡

北京市海淀区的恩济花园小区里一个生意清淡的宾馆，近日变成了宽敞舒适的养老服务——首开寸草西钓鱼台院，并对周边社区老人开放公共空间。

8月25日，记者在首开寸草西钓鱼台院二楼看到，每间屋子门口的房号上方，都有个小镜框，里面是一些别致的小物件，比如袖珍版的二胡、微型铜锁。工作人员介绍说，这里住的大多是失智或半失智老人，单记房号有点困难，所以特别在每个房间门口选用了不同的物件，帮助他们记住自己的房间。

2016年7月，首开集团联合北京寸草关爱管理咨询有限公司、北京福睿科技有限公司合作成立了混合所有制企业——北京首开寸草养老服务有限公司。

据北京首开寸草养老服务有限公司总经理王小龙介绍，这里可为周边社区的高龄、失能、失智等需要长期照护的老人提供专业的长期照护服务，同时向周边社区辐射，为社区居家老人提供日间照料服务和助餐、助洁、助浴、助行、助医等居家上门服务。

首开寸草将首开集团存量房产资源与优质养老服务相结合，打造集机构养老、社区养老和居家养老为一体的护理型养老机构。预计到2020年底，首开集团在本市核心区将建设养老服务项目10到15家，床位数量在1500张左右。

有专家指出，随着北京疏解非首都功能的深入，会有更多的国有企业用房被置换出来，这些房屋均在城区，如果转型为养老院，将改变中高档养老院远离市区的现状。

近年来，像首开集团这样的国企投身养老产业的例子并不鲜见，北京市老龄产业协会副会长张宪平介绍，目前已经超过10家市属国有企业以不同方式进入到养老产业各个领域，促进养老产业的转型和升级。

据预测，到2020年我国老年消费市场规模将达到3.3万亿元。偌大的养老市场无疑十分诱人。而眼下，养老服务的缺口仍然巨大。根据民政部发布的2018年二季度全国社会服务统计数据，中国养老床位目前合计约为729.54万张，与2017年相比减少了15.2635万张。

自2010年中国迈入老龄化社会以来，国企、房企、险资等纷纷通过自建、并购等方式加大对养老产业的布局。

成立混合所有制企业，引导带动社会资本进入养老产业，是国有企业进入养老产业的一条路径。上海申养投资管理股份有限公司由上海地产集团、上海万科、上海中医药大学联合发起成立，目前已推出长者公寓等四大类养老产品，在上海全市布局了30余个项目。

另一种较为普遍的做法是，利用土地资源和资源优势，打造稀缺性高端养老产品和大体量综合养老社区。比如，陆家嘴集团打造运营的“金色阳光”颐养院，是上海市首家内环内的养老服务机构，该项目按照五星级标准建设，并与附近的仁济东院等建立了医养结合的绿色通道。

不过，在家企竞看，若要发挥国企引导作用，做大做强养老产业，还有一些问题值得探讨和完善。首先，应考虑如何协调国资国企公益性定位与市场化运营的关系；其次，现有国资监管体制在资本回报率、土地资源利用、高管考核等方面还需创新与突破。

受地产调控影响市场下潜，但增长空间依然广阔

厨电行业喜忧参半进入调整期

东升

“2018年，厨电市场风向突变，在房地产市场调控传导效应的影响下，厨电行业经历了一场始料不及的市场下滑，但厨电仍然是我国家电行业中最具增长潜力的细分领域。”8月23日，在北京举行的2018中国厨电高峰论坛上，来自动行业协会、政府部门的专家，国内市场主流厨电品牌以及苏宁易购等渠道商代表，就我国厨电市场当前形势与后市走势进行了探讨。

2017年，我国厨电市场规模一度接近千亿元关口，2018年厨电市场规模突破千亿被业内认为是毫无悬念的大概率事件。然而，厨电行业的千亿之路走得并不顺利。2018年上半年，在房地产市场调控的传导效应影响下，厨电市场非但没有出现预期中的乐观增长，反而意外爆冷，罕见出现下滑。

市场研究机构中怡康测算数据显示，上半年我国厨电市场零售额规模为469亿元，较去年同期下滑0.5%。尤其是在厨电市场扮演主力的传统厨电品类，承受了较大的市场压力：吸油烟机、燃气灶和消毒柜市场零售额分别下滑3.8%、1.6%和13%。

中国家用电器协会副理事长王雷说，近几年厨电在整个家电行业中一直一支独秀，保持着较高的增长态势，烟机、灶具等传统品类产业转型升级持续推进，电蒸箱、电烤箱、洗碗机等新兴品类呈爆发式增长。进入2018年，厨电行业同样被寄予厚望，但宏观经济下行压力，尤其是2017年以来随着多轮房地产调控政策实施，厨电行业也深受影响。

国家信息中心资深产业专家蔡莹评价上半年的厨电市场是“有忧有喜”，传统厨电销售下滑给厨电行业带来了明显压力，品牌淘汰情况开始出现；但可喜的是，传统厨电品类产品结构升级与新兴品类的快速增长，成为拉动厨电市场增长的两股重要力量。

中怡康线下月度零售监测数据显示，上半年大风量（排风量 $\geq 17m^3/min$ ）、大风压（最大静压 $\geq 400Pa$ ）吸油烟机，大火力（热负荷 $\geq 4.5kW$ ）、一级能效燃气灶零售额份额均出现显著上升。奥维云网线下监测数据显示，厨电消费产品结构升级趋势非常明显，不管是城镇市场还是乡村市场，3000元以上价格段的吸油烟机零售量占比均出现增长。

王雷强调，从政策面来看，房地产调控政策还将大概率持续下去，厨电行业将从高增长过渡到缓增长周期。蔡莹也认为，在连续高速发展后，厨电行业已进入调整期。

事实上，虽然上半年传统厨电品类市场规模出现下滑，但其在我国仍然存在巨大的普及需求。根据国家统计局发布的统计年鉴显示，截止2016年底，我国城镇居民平均每户吸油烟机拥有量为71.5台，而农村居民平均每户吸油烟机拥有量仅为18.4台。

在奥维云网环境与健康电器大数据事业部总经理战旗看来，厨房电器是城市居住的必需品，随着中国城镇化进程的加速，以及厨房系统化带来的品类增加红利，厨电市场规模将延续稳步增长趋势。

中怡康厨卫事业部总经理施婷认为，虽然整体厨电市场增长遇冷，但产品内部升级趋势仍势不可挡。对厨电企业来说，产品结构升级是一项更为长效持久的利好因素。施婷表示，如今厨房的定位不再是单一的做饭场所，而是承载了消费者更多的需求和功能。厨电产品要顺应市场，围绕整体化、美观化、智能化、人性化、多样化和健康化进行延展和升级，用更加智能、贴心、人性、便捷的产品赢得消费者的认可。而这些都会为厨电企业带来更多的商机，打开新的增长空间。

据蔡莹分析，一二级市场稳定的更新换代需求

充电难、充电时间长、续航里程短成制约新能源汽车发展的最大障碍

新能源汽车产业如何消除“超速”隐忧？

本报记者 黄仕强 实习生 陈璐

8月中旬，中国汽车工业协会发布消息，中国新能源汽车发展呈高速增长态势，2018年1月~7月，中国新能源汽车产销分别完成50.4万辆和49.6万辆，同比分别增长85%和97.1%。与此同时，我国已连续三年位居全球新能源汽车产销第一大国，截至2017年底，我国新能源汽车累计销量达180万辆，在全球累计销量中占比超过50%。

业界一直将新能源汽车领域，尤其是电动汽车，视为中国汽车产业实现“弯道超车”的机会。然而面对迅速发展的新能源汽车，也有业内人士质疑，如此“井喷式”发展，相应的配套设施是否能跟上节奏？增长过快，会不会因“超速”而出现“翻车”的情况？

产销持续“火热”

中国汽车工业协会近日公布的数据显示，继6月份中国乘用车销量同比下降之后，7月份车市走势并未好转，环比下降10.8%，比上年同期下降0.7%，完成销量环比下降16.9%，比上年同期下降4%。但新能源汽车持续高速增长趋势，7月份产销分别比上年同期分别增长53.59%和47.69%。

“新能源汽车产销量数据在汽车行业总体走低情况下持续走高，格外引人瞩目。”国务院发展研究中心产业经济研究部助理研究员周毅认为，其增长的原因也比较多样，其中，很大一部分原因在于，国家实施的各种补贴、调控政策效果开始显现以及继续对新能源车免征车船税等举措，让消费者购买新能源汽车的成本降低。

有业内人士分析，未来消费者对新能源汽车的需求将逐渐增大，新能源汽车销量的增长能够持续。

“虽然传统燃油车的销量下降，但还没有达到‘凉’的状态。”重庆一汽车销售店的负责人表示，目前国内的主力车型依然是燃油车。“现在新能源汽车是大势所趋，新能源汽车也日渐‘火爆’，但整体来看，新能源汽车的发展仍处于起步阶段，很多配套设施都还不够成熟，所以起码在近5年内，燃油车依然还会居于主导地位。”该负责人说。

充电难拉了发展“后腿”

“新能源汽车与传统燃油车相比较，绿色环保和成本低是两大优势，但其采用的充电模式，已经严重制约了整个新能源汽车产业的发展。”重庆多位新能源车主向《工人日报》记者坦言，新能源汽车充电时经常会面临“有车无桩”或者“有桩无车”的尴尬局面。

当记者问及是否可以在自己小区的车位里自立一个充电桩时，重庆一位车主陈先生直言，成本太高，自己装充电桩的开销比买车都贵。他说，安装充电桩需要协调多个部门，包括车企、电力公司和物业公司等，同时，一个充电桩安装下来，要支付充电桩的购买费用、电力公司的施工费用、消防系统的安装费用及小区的物业费用等，怎么也得十多万元。

“充电基础设施仍然是我国新能源汽车发展的短板。”据中国充电联盟数据显示，截至2018年5月，中国拥有充电桩约70.8万个。从2017年8月到2018年7月，月均新增公共类充电桩约7841个。但是在这样的增长速度下依然还有许多城市存在新能源汽车充电不方便的情况。

此前，记者下载了一个为新能源汽车提供充电查询的APP，根据该APP的指引，找到了一个位于九龙坡区万象城的充电站，该处的充电设备分为快充和慢充。

通常情况下，慢充需要5到7个小时才能给一辆车充满电，而快充只需半个小时到一个小时。同时，该处慢充的充电设备有10多个，但快充只有两三个。

一位正在充电的车主表示：快充和慢充所需的电费相差无几，一般都是1.8元/度，因此大多车主首选快充，慢充装置几乎全部成了停车位。

采访中，有专家告诉记者，目前，新能源汽车的发展面临最大的问题在于，充电桩少，布局不合理；充电时间长以及续航里程不足。这些问题不解决，新能源汽车在未来的市场竞争中很难与传统的燃油车一较高下。

“后补贴时代”行业迎来洗牌

事实上，此前由于新能源汽车的投资项目管理



7月31日，位于浙江桐乡的合众新能源汽车有限公司总装车间内，工人正在赶制新能源汽车。东方IC供图

过于宽松，导致了一些不具备技术实力、造车目的不纯的企业一拥而上，客观上使新能源汽车产业还没发展起来，产能就已经过剩。

据相关数据显示，仅2017年发布的全国各地的规划产能就接近1200万辆，涉及投资4000多亿元。再加上此前已经得到国家发改委等有关部门审批的项目和既有的汽车制造企业，新能源汽车的产能已经远远超过了这个数字。

为规范新能源汽车产业的健康发展，今年6月12日，国家对新能源汽车补贴新政正式实施。新政取消了续航里程150公里以下的新能源汽车补贴，且对进入补贴目录的车型，在续航里程、百公里能耗，以及各方面综合指标上，都提出了更高更严的要求。

中国汽车技术研究中心副主任吴志新透露，今年对新能源汽车的补贴会大幅度削减，到2020年底将全部取消，下一阶段将会优化补贴的路径，由补贴前端向补贴后端转变。所谓前端，就是指汽车制造上游的研发、生产、销售阶段；而后端指的是停车位、充电桩、路权等新能源汽车的后市场服务阶段。

对此，有业内人士表示，补贴政策的调整是为了给真正推动新能源汽车发展的企业提供支持，清退一些劣势企业。

“补贴政策的快速退坡，将会给行业发展带来巨大的压力，整车和零部件制造企业将会出现大面积洗牌。”吴志新表示，新能源汽车产业由国家政策驱动转变为主动需求驱动，窗口期很窄，之后的三年将是新能源汽车企业浴火重生的严峻考验，企业的竞争将转向“创新能力”“产品质量”“延伸服务”和“商业模式”等综合实力的竞争，企业要保持清醒、切莫“超速”。

“目前中国已经成为全球新能源汽车产业的‘排头兵’，但产业仍然处于幼稚期和培育期。”不少从业者对新能源汽车“后补贴时代”仍持乐观态度，他们认为，新能源汽车作为我国的七大战略性新兴产业之一，国家肯定会大力扶持，同时，新能源汽车不论如何创新、变革，也无法脱离传统车企的积累，无法避开一款新车研发、量产所需的高成本投入，所以，未来新能源车企还得靠产品说话。



葫芦产业助农民致富

辽宁省锦州市太和区依托旅游文化产业优势，积极打造农业产业升级，建起千亩葫芦园，打造集种植、观光、加工、销售于一体的特色农产品品牌，并通过电商平台促销。仅此一项，全区农民增加收入860多万元，成为农民发家致富的“金钥匙”。图为8月27日，锦州市太和区大屯村加工专业户赵丽加强葫芦秋季管理。李铁成 摄/中新社

平度“管家”式服务吸引创业者落户

本报讯（记者杨明清 通讯员孙晓东 高嵩）“平度项目功课做得很实，我首次来平度创业落户，从考察到签协议仅用了两天。”严俊峰博士近日跟记者说道。最近，他的太阳能新材料项目刚在平度签约落户。

据了解，严俊峰带着太阳能新材料技术来到平度考察创业环境和新能源开发应用情况。他深入考察了中国生态化工（青岛）产业基地、青岛海湾精细化工有限公司、青岛上惠新材料科技有限公司、青岛麒麟电子有限公司、青岛鑫光正集团和大泽山特色小镇，与政府和企业负责人进行了详细的沟通交流后，严俊峰对平度市优厚的引才政策、一流的营商环境和宜居的生态环境都很满意。在与严俊峰的进一步交谈中，本以为他只是前期考察的平度市人才局敏锐地“捕捉”到他的落户意向，第一时间通知了平度市开发区，平度开发区党工委副书记石德涛抓紧时间安排业务骨干，准备好注册公司所需资料，并向严俊峰做好专业解释。在听完注册资料的详细解释后，严俊峰当场拍板投资落户，并签下了创业落户协议。“他们的‘管家’式营服务深深打动了我，让我有信心来此发展，也放心签了协议。”严俊峰介绍，他主要从事第三代太阳能技术的研究，计划在平度开展太阳能新材料研发，新产品将比现有产品大幅节省成本并提高性能。

吉利汽车上半年营收利润大幅增长

本报讯 8月22日，吉利汽车控股有限公司发布2018年上半年财报。数据显示，2018年上半年吉利汽车营业收入达到537.1亿元，同比增长36%；归属母公司净利润66.7亿元，同比增长54%。每股收益达到0.7433元，同比增长52%。

2018年上半年吉利汽车总销量76.7万辆，同比增长44%，完成全年158万辆销量目标的48.5%。吉利方面表示，在行业“微增长”态势下，吉利勇敢逆行，以高增长率稳居中国品牌销量之首。

据吉利发布的有关信息显示，从产品看，博越、帝豪GS、帝豪GL、全新帝豪、全新远景等多款车型月均销量连续过万辆。全系SUV占总销量的55%，领跑SUV市场，全系轿车表现强劲，巩固了吉利轿车的领导地位，首款运动风轿车缤瑞正式亮相，进一步丰富了轿车产品矩阵。高端产品结构的持续优化，目前吉利8万~15万售价车型占据销量主流，进入合资品牌市场区间，比例占6成；8万~10万销量比重最大，占比从2013年的10%左右上升到2017年的38.74%；10万~15万售价占比超20%。今年下半年，随着缤瑞、缤越、吉利首款MPV，以及帝豪GL PHEV还有领克03上市热销，吉利汽车的毛利率将进一步提升。

吉利汽车消费群体也在不断变化升级。他们的分布和年龄结构也在向一二线城市和年轻化精英化转变。目前，吉利汽车一二线城市用户占比超5成，其中一线超11%，二线达到40%以上，越来越受到大城市85后、90后都市青年的认可和喜爱。

（金亮）

三四级市场增长强劲，高温天气“烤热”市场

空调行业迎来新增长，未来能否持续成焦点

本报记者 丁军杰

“2018冷年在上年高位运行的基础上还能保持两位数的增长，可以说是有些让人出乎意料。”在8月22日在北京举行的“中国空调行业高峰论坛”上，与会的行业专家与企业人士表达了这一相同的感受。

根据国家信息中心的数据，2018冷年国内市场空调零售规模为6553万台，同比增长16.56%。而在三年前，空调行业还被量、额双降的阴霾所笼罩。2016冷年，高温“烤”出个位数增长，让整个行业化险为夷；2017冷年，高温天气几乎是爆表的姿态，这一年空调行业销售量与销售额分别同比增长了28.5%和30%，创下历史最高销售记录。

空调行业在2017冷年历史高位的情况下，能继续保持增长，这本身就是一个奇迹”，中国家用电器协会副理事长王雷在论坛上表示，“哪些因素支撑了这几年空调市场的增长，未来这种高位规模是否会是常态？这些问题值得关注。”

三四级市场表现强劲

在此次由中国家用电器协会与国家信息中心信息化和产业发展部指导、中国家电网主办的论坛上，国家信息中心产业分析专家蔡莹说，“从数据看，今年三四级市场是整体市场规模提升的重要基础，其中，三级市场占比由上个冷年的11.75%提升到了12.38%，四级市场占比由上个冷年的11.86%提升至14.22%，对整体市场的增长贡献较大。”

蔡莹认为，空调具备“一户多台”属性，每户家庭保有量可达到两台甚至更多，2017年全国居民每户空调拥有量为96.1台，比上增长5.8%。农村的空调渗透率远低于城市，这也是三四级市场占比提升的原因，长期来看，空调行业仍有很大增长的空间。

据蔡莹分析，一二级市场稳定的更新换代需求

也是支撑2018冷年空调体量的重要原因，从数据看，今年一级市场销售量占比为51.66%，二级市场销售量占比为21.74%，两大级别市场加起来的比重超过70%，尽管占比略微下降，但仍是空调消费的主要市场，这些市场空调普及较早，每年有大量旧产品进入更新期。

品牌明显呈高位集中态势

“国家信息中心数据显示，重点城市市场品牌集中度明显呈高位集中态势，排名前三的品牌市场占有率为74.22%提升至80.44%。二线阵营集体取得超越行业增速的同时，也出现了分化的特征，其中有部分品牌体量超过千万台，主要刺激因素归结于线上销售增长提升、在三四线城市渠道下沉力度加大。”蔡莹分析说，持续的高温天气、房地产市场火爆的滞后效应、城镇化进程加快、主流企业电商平台渗透率提升、四级及以下市场活跃度增强，这些因素推动行业增长的同时，也让更多人看到了空调市场“有利可图”。

有数据显示，更多中小品牌、新品牌进入三四线及以下市场或电商平台，有不少品牌更是进一步跃过百万台体量门槛。而百万台以下的空调品牌更扎堆活跃于市场，从几万台到数十万台，他们“身份”各异，包括黑电品牌做空调的，也有代理商自己操盘的“非知名”品牌，也有短期行为而随意注册的品牌，亦有扎堆的假冒山寨品牌丛生。

“这些品牌拥有共性，他们绝大多数以贴牌方式进入，没有自建工厂，不具备完善的技术研发和产品开发平台，没有成熟而独立的品牌推广和营销体系，也不具备完整的售后服务能力，主要依托一定范围内的渠道便利，以赚取‘快钱’为目的。”蔡莹说。