

日系车逆势上涨 问题和短板仍有待消除

李永钧

今年以来,中国车市处于低迷之中。市场寒冬之下,各大汽车品牌的日子都不太好过。但值得关注的是,今年1月~4月,日系品牌汽车销售保持正增长,重获市场青睐。

重获市场青睐

数据显示,丰田1月~4月在中国市场共销售49万辆,在日系车企中排名第一。本田1月~4月在中国市场共销售46万辆,同比增长14.6%。日产1月~4月在中国市场销售46.5万辆,同比微增0.9%。如果从单个合资车企的表现来看,这种增长势头更为凶猛。1月~4月,东风本田共销售213918辆,同比增长21.1%;广汽本田1月~4月共销售246623辆,同比增长9.6%;广汽丰田1月~4月销售203084辆,同比大增26%。

日系三巨头逆势增长,得益于旗下主力车型表现相当给力。轿车阵营中,轩逸、卡罗拉、思域、雅阁、雷凌、凯美瑞、飞度都是月销过万的热销明星。轩逸还成为轿车销量冠军朗逸的最大挑战者,1月~4月累计终端销量达139134辆,同比增长16.8%。雷克萨斯4月在中国市场新车销量有了新的突破,单月新记录销量达21839辆,同比增长高达46.9%。值得一提的是,本田在4月份相继推出东风本田新车型享域、广汽本田奥德赛锐·混动版,业内预计新车销量也会有不错成绩。SUV销量前十榜单中,日系占有三个席位,日产奇骏、本田CR-V、XR-V、丰田RAV4,本田缤智都月销过万辆。

在行业看来,日系车企近期表现亮眼。经历了2010年~2012年的低谷后,日系车企开始潜心重视并研究中国市场的需求和特点。经过几年积累,日系车完成各项市场调研,掀起强大的新产品、新技术攻势,走出一波历史性增长态势。

以本田为例,最近几年本田的本土化历史做得较为出色,多款車型都在市场取得了不错的成绩,强大的技术积累落实到产品上就极具吸引力,越来越贴合市场口味。与此同时,本田在华两个合资企业投放同平台车型不断增多,双车战略得到进一步实施,取得较好的成果。再比如丰田丰巢架构下的新产品从外观到内在动力都令人眼前一亮,丰田基于全新TAGA架构,每款车型都经过全新开发设计,保障品质与提升安全感是丰田的一大特色。而日产在年轻化营销上则是倾尽全力。日产轩逸“小天籁”的到来,体现了“日产智行”理念,营销上又努力贴近中国年轻一代消费者,加速了日系车这一波逆势上涨行情。

仍有近忧远虑

从目前的市场表现情况可以看出,日系车大幅增长背后还存在隐患。总体来看,日系车集体上扬的大盘下也并非铁板一块,马自达、斯巴鲁等相对弱势的品牌下滑势头依然严峻,产品少更新慢再加上智能化浪潮跟不上,今后面临的挑战比较大。还有高端品牌领域,只有雷克萨斯一枝独秀。英菲尼迪、讴歌等两大日系高端品牌,本身就基数小,在豪车增势放缓、竞争加剧的行情下,颇有些招架不住,从去年和今年前几月的销量来看并不乐观。

即便是日系车三大巨头中,也依然有各自的问题和短板。从丰田具体车型的销量来看,其轿车表现更好,有卡罗拉、雷凌、凯美瑞三款销量支柱,但在SUV领域,则只有RAV4一款月销过万,汉兰达在大7座SUV成为兵家之地之后号召力逐渐减退。被寄予厚望的一汽丰田奕泽、广汽丰田C-HR,则月销只有5000辆左右。另外企业之间表现各异,广汽丰田同比大增近30%,一汽丰田却处于同比下滑的状态。

相较于丰田轿车强、SUV弱的偏科,日产则相对均衡。但此前在中国市场销量一直领先的日产,如今明显跑不动了。东风日产1月~4月累计终端销量实现339030辆,比去年同期仅微增1.5%。而且,以产品线丰富著称的东风日产旗下产品销量不均衡的现象越来越突出,轿车主要靠轩逸,SUV主要靠奇骏。降价幅度上,东风日产的降价幅度和上汽通用、自主品牌有一拼,虽然销量保持微增,但感觉颇为吃力。

业内专家认为,日系车品牌要进一步完善中国市场这篇“大文章”,仍需要面对各种新挑战。

伊启设立亿元运动基金为跑步机市场加油

本报讯（记者丁军杰）5月16日，江西伊启实业有限公司在江西修水县公司生产基地宣布，为鼓励用户坚持跑步运动，在全国启动“跑赢现金，2019为健康加油计划”活动。公司将投入亿元设立运动基金助力活动开展。伊启实业董事长罗谢同表示，全民健康运动不仅需要国家的大力倡导，更需要市场力量来推动。

据了解，随着社会经济的发展和人们生活水平的提升，运动健身逐渐成为一种时尚。作为国民第一运动跑步的相关产业，跑步机随之而受益，但因我国用户生活习惯和城市房屋空间问题，家用跑步机普及率较欧美国家仍有巨大差距。我国家用跑步机市场发展潜力巨大。

“人们在家使用跑步机锻炼往往会感到单调无聊，难以长久坚持，跑步机常常沦为摆设，成了晾衣架，这种现象既不利于全民健身活动的落实，也是家用跑步机市场普及的拦路虎。”伊启实业副总裁展国彬介绍说，此次伊启实业设立运动基金，从智能化赋能到现金奖励，让跑步机从简单跑步升级到社交运动，有望从根本上突破家用跑步机行业发展困境，推动跑步机行业步入新发展。

据介绍，作为活动指定跑步机伊尚E5，是伊启实业旗下的核心品牌与产品，凝聚了十多年的行业沉淀，其率先创新了智能物联网概念，通过APP社交+健身结合功能，以快乐竞技为理念，让消费者通过PK竞赛的环节，与好友同台PK，将健身与竞赛与游戏结合，在游戏中得到健康，在健身中寻找快乐。“在公司亿元运动基金的支持下，只要用户下载“酷榜”并参加和完成跑步里程达50KM、100KM的每月运动任务，即能赢得价值100元、200元的返现奖励。”展国彬说。

为了提升用户体验，伊尚在产品上做了许多的创新，如伊尚E5跑步机拥有一个超薄且可以折叠的机身，时尚之外还非常节省空间。高性能的无刷静音马达，可以提供持久平稳的动力，使其运行更持久。新一代舒适跑带，可以轻松控制跑步机的减震效果，减少膝盖和关节的损害。

为方便更多用户进行体验并参与，伊尚不仅仅在全国264家连锁健身的密集终端网点推动活动开展，还同时开设7×24小时服务热线。除此以外，还联合天猫、京东、苏宁、拼多多等电商渠道，构建多维度的渠道终端触点，让更多用户参与到跑步运动中。

“设立亿元运动基金旨在推动跑步机迈向2.0时代。”在罗谢同看来，如果说家用跑步机1.0时代，是为大家提供一台能够跑步的机器，在静音、监测心率、减震、安全可靠等方面尽可能完善的话。那么跑步机2.0时代，将不再是局限于跑步功能和性能，而是借助智能化、物联网技术升级，以用户体验为核心，通过产品智能赋能，让用户喜欢和爱上跑步，这样才能够真正避免跑步机沦为摆设，推动跑步机市场进一步普及。

2017年底重庆民宿只有5000家左右,到2018年底猛涨到3.3万家

数量猛增,重庆民宿陷入“围城困局”

本报记者 黄仕强

自去年“五一”假期重庆一跃成为国内最热门旅游城市、接待游客量突破1700万人次之后,重庆旅游市场热度持续不减,今年“五一”小长假,游客量更是猛增至2500多万人次,实现旅游总收入200.16亿元。成为网红之城的重庆,多个行业收割旅游红利,其中民宿业最为明显。据重庆市旅业协会不完全统计,2017年底重庆民宿只有5千家左右,到2018年底猛涨到3.3万家,足足翻了6倍多。

日系三巨头逆势增长,得益于旗下主力车型表现相当给力。轿车阵营中,轩逸、卡罗拉、思域、雅阁、雷凌、凯美瑞、飞度都是月销过万的热销明星。轩逸还成为轿车销量冠军朗逸的最大挑战者,1月~4月累计终端销量达139134辆,同比增长16.8%。雷克萨斯4月在中国市场新车销量有了新的突破,单月新记录销量达21839辆,同比增长高达46.9%。值得一提的是,本田在4月份相继推出东风本田新车型享域、广汽本田奥德赛锐·混动版,业内预计新车销量也会有不错成绩。SUV销量前十榜单中,日系占有三个席位,日产奇骏、本田CR-V、XR-V、丰田RAV4,本田缤智都月销过万辆。

有的人想进,有的人想出

“眼看他起朱楼,眼看他宴宾客,眼看他楼塌了。”用《桃花扇》里的这句曲词来形容张远歆的心境,最为恰当。作为重庆较早一批的民宿从业者,说起如今在外人眼中无比火热的这个行业,张远歆的脸上浮现出一丝无奈。

张远歆的民宿店位于南山,2017年夏天投入重金打造。“那时,南山还没有这么多民宿,加上我的店,也就三四家。”张远歆回忆,从2017年底到2018年国庆节前夕,南山突然成了民宿扎堆的地方,“仿佛一夜之间增加七八家”。

张远歆口中提到的增长长期也恰恰是重庆在网络上走红阶段,不只是南山,主城多个区域都成为了民宿从业者的抢滩地。

“外面的人都觉得那么多游客来重庆,而民宿又是新兴的住宿方式,一定会吸引大量的游客。”张远歆说,只有真正的从业者才知道内情:“游客的增速并没有跟上民宿数量的增长。”背后的原因有二:首先是游客量增多使得民宿房的租金抬高,一部分民宿从业者必须提价来维持利润空间;其次是更多的楼中楼式民宿出现,价格战打得毫无底线。

张远歆便遇到了第一种情况。刚租下民宿店的这栋小楼时,年租金还是24万元,而一年之后房东就涨价到36万元,每个月涨了1万元。“整个装修我投入了80多万元,加上员工工资,第一年相当于投进去了120多万元。”张远歆给记者算账,“我店里有7间房,最开始房价定在398元~598元之间,而第二年租金涨了之后,不得不提价,最便宜的一间房也定价在568元,最高一间888元。”不得已的涨价,使得店里的预定量迅速下降了三成。

青岛企业“机器换人”安全增效

本报讯（记者杨明清 通讯员张琳艳）日前，青岛港自动化码头上的“大型机器人”抓取集装箱时，不需要等待操控室确认，而是自动进行识别确认。新研发的机器视觉集卡防吊起系统，在全球港口首次实现了陆侧全自动收箱作业，既能确保安全生产，又使集卡司机提箱基本实现“零等待”，平均每车可为司机节省时间1分钟。据了解，按照2018年自动化码头出口约40万自然箱计算，机器视觉集卡防吊起系统的应用，每年合计至少为集卡司机节省时间7000小时。

这是青岛市“机器换人”的一个缩影。“机器换人”是指企业购置用于焊接、喷涂、锻压、分拣、搬运、码垛、包装等环节应用的机器人替代人工，从而实现提高劳动生产率和提升传统产业效率，减少用工需求，达到减人增效的目的。

记者从青岛市工信局了解到，2018年，青岛市

企业共投入约2.5亿元实施“机器换人”，推动传统制造业实现产业转型升级，推动技术红利替代人口红利，为新的产业优化升级和经济持续增长提供新动力。

2017年，青岛市印发关于促进先进制造业加快发展的若干政策，其中之一就是鼓励企业开展“机器换人”。政策明确提出，对购买使用工业机器人产品的工业企业，尤其是在危险程度高的化工、民爆等行业，推广应用安防、排爆等特种机器人，按设备购置款的一定比例给予相应补助。2018年，青岛市工信局组织开展“机器换人”项目申报工作。

据青岛市工信局相关负责人介绍，青岛市企业实施“机器换人”后，平均实现总体生产效率提高20%，生产运营成本降低30%，产品不良品率降低40%，设备投资成本降低5%以上。



新华社记者 刘洪明 曹彬

从西藏林芝市区出发,沿川藏公路驱车36公里,到达巴宜区更章门巴民族乡久巴村。占地50多亩的温室大棚格外引人注目,鲜艳的草莓正迎来丰收季节。

“草莓成了摇钱树,川藏公路成了发财路,生活也越来越甜蜜。”说起村子近年来的变化,村民们争先恐后、喜上眉梢。久巴村共29户,124人,近年来种植草莓,农村剩余劳动力得以完全实现就业。

久巴村2008年试种草莓,村集体建成23座简易温室大棚。自种植草莓以来,每年都有农技人员到棚里指导。2010年,久巴村实现每户一座温室大棚,户均增收3万元。2011年,久巴村人均纯收入破万元。

2013年全村进行易地搬迁,跟村庄原址距离不到2公里,但是搬到了川藏公路边。“川藏公路太重要了,以前村子在半山腰,搬迁过来后,销售草莓方便了,男性劳动力大多在外跑运输或当建筑工。男

女老少的活动范围越来越大,跟过往路人打交道多了,思想观念也在慢慢变化。”久巴村党支部书记多布杰说。

多布杰说:“利用公路边的荒地,扶贫办等部门投资260多万元建起了66座温室大棚,每座棚0.8亩,每户分到2座,剩下8座由村集体经营。”

记者在公路边看到,专门设立的草莓销售点,摆满了当天早上采摘的草莓,用来销售8座村集体棚的草莓。采访不到1小时中,有4位自驾游和本地人停车购买。

村民自家种植的草莓各自去市区摆摊销售。进



2018年5月27日,民宿缙云小住隐居在重庆北碚缙云山顶弯弯曲曲的山路末端。

东方IC供图

还不是个例,面对空房的情况,很多民宿从业者只能另辟蹊径,用他们的话来说:“能少亏点就当是赚了。”

业内人士告诉记者,重庆民宿正在遭遇的困局与其说是“围城”,不如说是后网红时代综合症,网络带来的热度或许正在消散,但民宿的增长潮明显没有调整过来,做民宿的盈利空间受到挤压。

必须直面的伪命题

排名重庆前三的民宿供应商麦家优品负责人对于市场井喷式的增速也表达出无奈和怨言:“伪民宿太多,伪民宿从业者太多,才导致目前这种局面的形成。”该负责人直指目前市场上存在的“刷单”现象。据介绍,如今民宿业“刷单”乱象丛生,一些从业者甚至靠“刷单”谋生,游客看到的订单数量或评价内容,都有可能是凭空编造的,有的民宿店甚至每天花千元左右“刷单”。

张远歆也对这一现象痛恨不已,“虽然国家层面正在加大依法治理的力度,但短期内彻底改变这一现状并不现实,还需加大治理力度,同时改变目

前仅靠销售额、点评分等排序规则,才能给诚信商家提供更多机会。”

麦家优品负责人称,民宿不仅是住宿的场所,更是一种有别于以往生活的体验。换言之,民宿应该是一种生活方式。什么是生活方式?那就不能只是在漂亮房子里睡觉。然而,据记者了解,重庆大多数民宿走的路线还只是“房子装得更漂亮一点,布局更有情调一点,客人睡在这里更舒服一点”,这与“能让人体验当地风情、感受民宿主人的热情与服务、体验有别于以往的生活”的民宿定义,还差距甚远。

前不久,全国政协委员、重庆市文化和旅游委主任刘旗表示,应该参考国内外民宿的发展经验,进一步明确民宿的范围并首先从法规层面明确经营业主、网约平台、租住人员等责任义务和属地政府、有关部门职责等,待时机成熟后,推进国家立法,确保权威性、科学性,和有效性解决民宿的合法性问题,避免因无证经营避税引起的不正当竞争问题。在此过程中,还要制定民宿发展的总体规划,健全行业标准,规范民宿行为。

正如某民宿从业者所言:“只有伪民宿倒闭,真民宿的春天才会来。”

多车企身陷“召回门”

本报讯 近日来,汽车市场问题不断。奔驰漏油维权、特斯拉自燃等事件余波未平,众多车企又因大规模召回行动引起广泛关注。5月15日,特斯拉发布了有史以来最大规模的召回事件,由于动力转向问题,决定在全球召回123000辆S型轿车。在此之前,上汽通用、东风汽车、大众汽车、长安福特等,召回存有安全隐患的车辆达126236辆。今年以来,已经有超20个国内外品牌发起了召回,包括保时捷、福特、法拉利、斯巴鲁、阿尔法罗密欧、东风本田、吉利等。据不完全统计,截至5月15日,各车企召回总数量超过184万辆。

值得注意的是,今年1月~4月,召回批次数量达到73家。其中进口车企38次,合资品牌企业18次,自主品牌企业17次。不难看出,进口车占据了召回频次的半壁江山。其中德系、日系成召回“重灾区”,豪华车也多次“榜上有名”。如斯巴鲁于3月25日单次召回的数量就达到132954辆,召回车型涉及进口森林人、XV、翼豹系列汽车;保时捷(中国)已连续四个月发布召回公告,合计召回车辆达71542辆。

(雍君)

京张高铁国内首个封闭式声屏障完工

本报讯（记者刘静）5月21日，京张高铁国内首个混凝土框架结构封闭式声屏障工程在清华大学附近完成最后一次浇筑，该声屏障主体工程就此顺利完工。京张高铁起自北京北站，终到河北张家口，线路途经大学和居民小区等人口众多区域。高铁运行时轮轨摩擦、车体与空气摩擦产生的噪音，对学校和居民将产生影响。

据中国中铁电气化局京张高铁声屏障项目经理介绍，京张高铁在这些区域设置了混凝土框架结构封闭式声屏障，长度总计2.43公里，是国内首个混凝土框架结构封闭式声屏障，相当于在高铁线路上盖了一个地面隧道，通过安装在声屏障的隔音和吸音材料，削弱高铁运行时产生噪音的音频和分贝数，从而达到国家相关要求，不影响高校和居民的正常学习、生活。

据了解，一般钢结构声屏障外层采用镀锌防腐，防腐寿命不超过20年，京张高铁封闭式声屏障采用现浇混凝土结构不会受到紫外线、酸性腐蚀等环境影响，实现了免维护，大大降低了维护成本，同时混凝土结构比钢结构形式造价节省大约30%。

记者看到，村里又新建了10座草莓育苗大棚。“我们今后要做大做强草莓育苗、销售、加工一条龙产业，另外尝试发展樱桃采摘园，打造农家乐旅游产业。”多布杰说，“这么便利的公路在村边，我们要把乡村振兴起来，既有青山绿水，也有稳定的工作和收入。”

(据新华社电)