

车市“寒冬” 暖意犹存

新能源车产销两旺 传统汽车库存优化

本报记者 刘 瑾

解放快递小哥
“刷脸取件”来了

本报记者 陈 静

行业观察

□ 汽车2月份的产销量同比下降幅度不小,主要是受春节假期、高增长基数等因素影响

□ 下半年,随着汽车促销政策传导消费端、销售基数下降,汽车产销数据将会有所起色

□ 在汽车产销数据中也有亮点。一是新能源汽车因去年基数过低,以及担心补贴退坡形成的抢生产和抢消费,增长幅度较快;二是自2018年8月份以来,汽车销量持续高于产量,库存持续得到优化

量,体现了2018年冬季市场的增长动力严重不足,春节前的平稳销量能力大幅衰减,行业运行在低迷且谨慎的氛围中。

崔东树认为,虽然部分厂家启动汽车下乡工作,但前期影响车市增长的县乡车市零售表现较弱现象尚未改善,形成普及消费不强但升级势头较好的局面。

“在汽车产销数据中也有些亮点。”周毅表示,一是新能源汽车因去年基数过低,以及担心补贴退坡形成的抢生产和抢消费,增长幅度较快;二是自2018年8月份以来,汽车销量持续高于产量,库存持续得到优化。

1月份至2月份,新能源汽车产销分别完成15万辆和14.8万辆,比上年同期分别增长83.5%和98.9%。“新能源车继

续保持开门红的强劲走势。”崔东树表示,2月份新能源车表现较强,传统车压力较大,分化走势明显。

新能源汽车产销量与日俱增,是近两年来国内车市最显著的特征之一。从最早的研发试制,到将成熟产品投放市场,再到新能源汽车市场初具规模,也不过两三年时间。在车企品牌纷纷发力新能源汽车的同时,各种造车新势力的加入,让这个行业变得更加多元。

周毅表示,这两年是新能源汽车产业发展的关键年份,有3个问题是新能源汽车发展绕不开的。一是技术进步能否使消费者对续航及安全性满意;二是各项配套措施和政策支持能否令新能源汽车比燃油车更有竞争力;三是自主新能源汽车品牌能否有效应对外资品牌进入中国,这几个问题会是这两年新能源汽车产业绕不开的话题,也是能否健康长远发展的关键。

此外,周毅表示,去年以来,汽车领域营商环境持续优化,改革措施频出,从去年的放开竞争路线图到今年的《中华人民共和国外商投资法》的出台,汽车领域竞争会有所加剧,这不仅利好消费者,也有利于汽车产业长远发展。

促消费政策提振市场 新趋势升级激发活力

家电业如何分享7000亿元消费红利

经济日报·中国经济网记者 周 雷

透 视

当前,我国家电市场竞争愈发激烈,市场下行压力加剧,发展面临“天花板”,企业急需转型。不过,尽管家电业承压前行,但行业升级趋势十分明显,“大美舒智健”成家电业发展新趋势,国内品牌奋力持续提升产品质量,做强品牌效应。同时,随着促消费政策为家电业扩展了广阔的市场空间,家电企业将抓住机遇顺势而上——

近期,国内家电产品不断推陈出新,OLED柔性电视、8K高清电视引人注目,智能冰箱、纤洗护理机让人眼前一亮,家电市场新品不断,竞争升温。

此前,中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心联合发布的《2018年中国家电行业年度报告》显示,2018年我国家电市场规模达8104亿元,同比小幅增长1.9%,显示出家电市场竞争愈发激烈,行业发展面临“天花板”。

有分析认为,今年初,10部门发布的促消费新政有望为家电市场带来7000亿元新增消费空间。那么,家电业应该如何承担起扩内需、稳增长的重任,家电企业又将如何把握这一机遇?

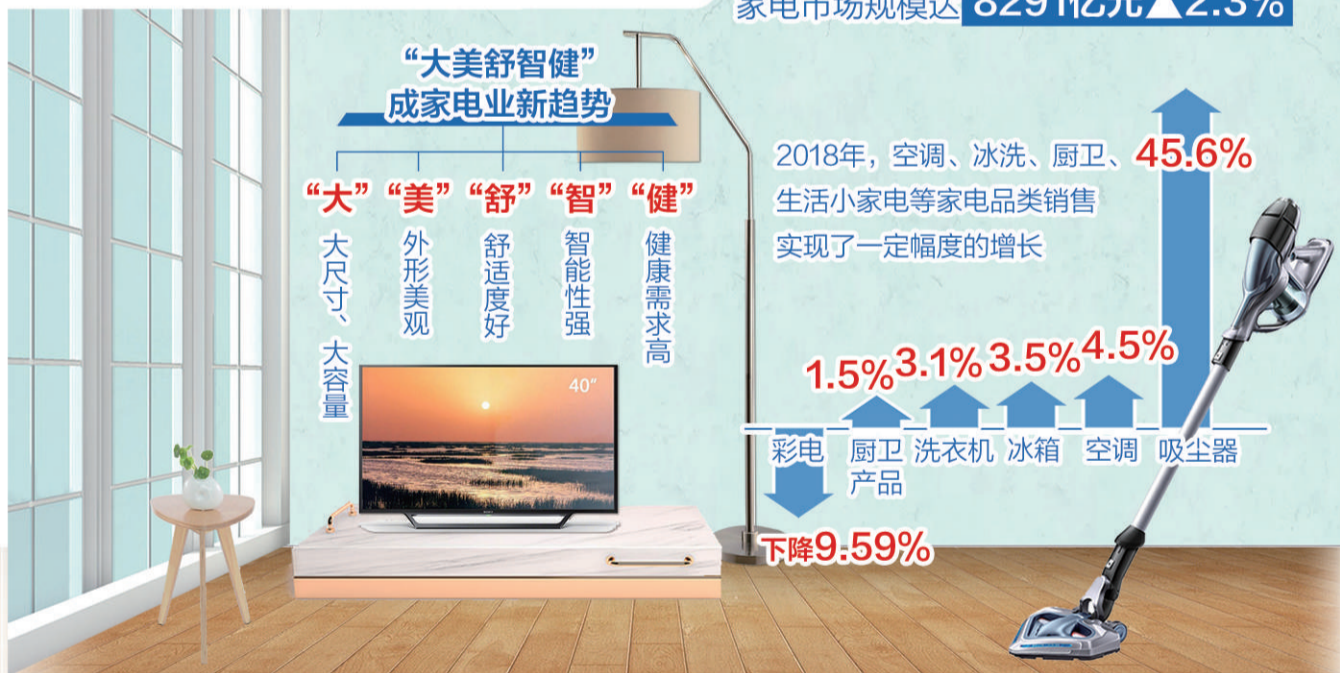
拉动约7000亿元消费

展望2019年,我国家电业面临宏观经济压力、房地产调控等制约因素影响,企业需做好应对各种困难和挑战的准备,同时也要积极把握新的发展契机。

今年初,10部门联合印发了《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》,推出支持绿色、智能家电发展等促消费政策。据测算,参照国家发改委、财政部曾经实施的“节能产品惠民工程”,采用财政补贴等方式推广高效节能智能产品,对购买一级能效的变频空调、冰箱、滚筒洗衣机、平板电视等产品的消费者给予适当补贴。若该政策在全国推广,在2019年至2021年期间,预计可以增加1.5亿台高效节能智能家电销售,拉动消费约7000亿元。

全国家用电器工业信息中心预测,2019年家电市场规模有望达8291亿元,同比增长2.3%。消费升级、产业升级的大趋势不会变,品质化、高效化、细分化将是家电产品发展的主旋律。

中国家用电器研究院副院长葛丰亮表示,今年国家相关政策逐渐向绿色、智能家电产品倾斜,将大大促进释放家电产品更新需求,家电企业唯有持续创新,加快产品升级步伐,才能在激烈的市场竞争中赢得先机。



“大美舒智健”成新趋势

2018年,家电企业明显感受到了市场下行压力。仅以彩电为例,去年国内彩电市场零售额1433亿元,同比下降9.59%,由于市场需求疲软,彩电业运行难度加大,盈利状况恶化。情急之下,彩电企业或换帅,或变策略,一时成为行业热点话题。

相对于彩电市场的低迷,去年空调、冰洗、厨卫、生活小家电等家电品类销售依然实现了一定幅度的增长。2018年,空调零售额1980亿元,同比增长4.5%;冰箱零售额969亿元,同比增长3.5%;洗衣机零售额707亿元,同比增长3.1%;厨卫产品零售额1769亿元,同比增长1.5%。此外,吸尘器依然是小家电中增长品类的排头兵,零售额达195亿元,同比增长45.6%;破壁机增长速度较快,市场规模已超千万台。

尽管家电业承压前行,但行业升级趋势十分明显。全国家用电器工业信息中心研究部部长宋敬学表示,消费升级成为当前家电行业发展的新引擎,消费升级新趋势可以用“大美舒智健”五个字来概括。

“大”主要体现在彩电屏幕尺寸增长,以对开门、多门为代表的大容积冰

箱市场份额增加,大容量洗衣机、洗碗机,大风量油烟机很受欢迎。以彩电为例,55英寸、65英寸彩电零售额占比已分别超过30%和20%。“美”主要体现在家电产品外观设计,彩电曲面、超窄边设计,冰箱冷柜彩色面板,滚筒大视窗、创意小家电等成为时尚。“舒”主要体现在消费者对家电舒适度的追求,无风感空调、带烘干功能的洗衣机受到欢迎。“智”主要体现在家电智能化、可操作性方面,加载WiFi、语音交互、NFC功能、摄像头、自动投放等功能的家电产品市场份额提高。“健”反映了消费者对健康的追求,如保鲜冰箱,洗衣机自洁、分筒洗,养生小家电、新风系统等受到青睐。

中国轻工业信息中心行业信息处处长刘丹静认为,2018年家电市场稳步增长,是全行业不断深化供给侧结构性改革,推进居民消费全面升级的成果。

国产品牌仍大有可为

2018年,家电市场上品牌整合加剧,传统大家电品类的品牌集中度持续提升。全国家用电器工业信息中心数据显示,空调、冰箱、洗衣机线下市场前三位、前五位、前十位品牌的市场份额都呈扩大趋势。

仅以空调市场为例,2018年排名

前三位品牌的零售市场份额由2017年的72.1%扩大到73.6%,排名前五位品牌的零售市场份额由2017年的82.2%扩大到83.8%,排名前十位品牌的零售市场份额由2017年的93.0%扩大到93.8%。

专家分析认为,在传统大家电这样相对成熟且竞争激烈的行业,增长空间本就有限,品牌之间基本是此消彼长。市场份额持续向头部品牌集中,意味着中小品牌的生存空间不断被压缩。随着品质消费理念深入人心,消费者越来越倾向选购知名度高、服务口碑好的品牌;小品牌日益边缘化,甚至被淘汰。

值得注意的是,在2018年家电市场上,国产品牌上升势头明显。无论是传统大家电市场,还是以洗碗机、破壁机等为代表的新兴品类市场,国产品牌市场份额都在迅速扩大。在传统大家电市场上,国产品牌空调、冰箱、洗衣机市场份额分别达90.8%、76.8%、63.8%;在新兴品类方面,以九阳、美的、苏泊尔为代表的国产破壁机品牌成为越来越多消费者的选择。

此外,线上市场销售在整体市场占比不断提高的同时,增速却开始出现放缓趋势。2018年线上家电市场零售额同比增长15.3%。目前,线上市场品牌集中度较高,苏宁、京东、天猫3家电商已占据93.9%的市场份额。

一周点睛

我国将建1200处国家森林康养基地

新闻回放:近日,国家林业和草原局等4部门发布的关于促进森林康养产业发展的意见提出,到2022年,建成基础设施基本完善、产业布局较为合理的区域性森林康养服务体系,建设国家森林康养基地300处。到2035年,建成覆盖全国的森林康养服务体系,建设国家森林康养基地1200处。到2050年,森林康养服务体系更加健全,人民群众享有更加充分的森林康养服务。

点评:当前,人民群众对美好生活环境和健康生活的需求日益迫切。发展森林康养产业,有利于把优质的森林生态资源和健康服务资源有机结合起来,有望成为林草产业发展的新引擎。同时,鼓励贫困地区发展森林康养产业,大力培育森林康养龙头企业,也有利于促进就业增收、脱贫致富,通过产业经济发展,反哺生态保护。

济南发布国内首个量子产业发展规划

新闻回放:日前,山东济南发布了国内首个量子产业领域的发展规划。规划提出,济南将打造世界级量子信息科学中心、新旧动能转换辐射带动极、国内领先的“量子+”应用示范区以及量子信息产业国际品牌高地。到2030年,济南将实现量子信息产业规模300亿元,具备千亿元级产业发展能力。

点评:当前,国际量子科技竞争加剧。国际上,美国、日本、欧盟等国家和地区确定量子科技创新为国家战略;在国内,北京、合肥、上海、武汉等城市也在加速布局。济南自2010年起就开始布局量子信息产业,聚集了多家研发机构和企业,具备了一定的产业先发优势和发展潜力,目前已到了产业化的临界点。

一线光伏组件企业接单到“手软”

新闻回放:今年以来,尽管新政还未下发,国内新增装机需求还未启动,但并未影响一线光伏组件企业产品价格及订单量。晶科、晶澳、天合光能、隆基乐叶等国内一线光伏组件企业上半年订单几乎已排满,部分企业的产能已排至今年三季度甚至四季度。

点评:进入2019年,世界范围内掀起了一股“弃煤”热潮,英国、法国、德国、芬兰等欧洲各国以及日本政府相继宣布了相关政策。作为一种清洁能源,光伏有望迎来重大机遇,开拓海外市场迫在眉睫。当前,欧洲光伏市场单晶组件供货较紧张,部分2018年底签订的单晶光伏组件供货合同在2019年初需签订补充协议,才能拿到优先供货权。一线光伏组件企业已接单到“手软”。