

一季度社会消费品零售总额增长创新高,专家认为——

零售强助消费稳

经济日报·中国经济网记者 冯其予

行业观察

□ 作为国民经济基础性和关键性产业,零售业的发展直接关系到消费的平稳增长

□ 消费是整个经济的主引擎和发动机,零售业是发动机的核心环节。在零售业发展势头强劲的条件下,消费才能真正起到促进增长的作用

内消费正在根据收入、年龄、文化水平、地域等因素不断分层和分级。在消费分层与分级的基础上,各个细分市场的消费群体都在追求品质、安全、绿色的消费升级。

最后,线上消费增长速度仍保持高位,网络零售依然是拉动消费的重要力量。赵萍表示,线上消费对整体消费的带动作用更加明显,快递众包、人脸识别、语音识别、移动支付、拼团等技术和商业模式的不断改善,不仅提高了电商服务生态品质,也提升了消费体验。

零售业发挥核心作用

数据显示,2018年批发和零售业增加值8.4万亿元,比上年增长6.2%,占国内生产总值比重上升到9.3%。2019年一季度,限额以上超市、便利店零售额分别

增长7.5%和10.5%,比限额以上单位商品零售额增速高3.7个和6.7个百分点,专业店等业态在上年恢复性增长的基础上继续保持增长态势。作为连接生产和消费的关键环节,零售业在我国经济和社会发展中发挥着不可替代的作用。

“当前,消费是整个经济的主引擎和发动机,零售业是发动机的核心环节。”任兴洲指出,所有经济活动的落脚点和出发点都是消费,在零售业发展势头强劲的条件下,消费才能真正起到促进增长的作用。

罗森(北京)有限公司副总经理车文煊认为,制造、零售和消费3个环节中,零售不只是制造和消费的桥梁,它还是两者之间的润滑剂和加速器。北京王府井东安集团有限责任公司原董事长刘冰则认为,零售业对消费市场起到3个关键作用:一是通路。能让需求方和供应方通过

这个渠道来融通。二是平台,让供需双方在平台中连接。三是纽带。一手牵着零售商,一手牵着消费者,最终实现供需匹配。

数字化创新提质增效

“零售业的创新涵盖商品品类创新、消费场景创新、支付方式创新、物流方式创新等多个方面。”商务部原副部长、中国贸促会原会长姜增伟指出,零售业的创新仅有概念和商业模式的创新是远远不够的,新模式、新业态必须接受市场检验,实现成本与收益间的平衡,并最终让消费者得到实惠。

在苏宁科技集团常务副总裁荆伟看来,创新是零售业发展的直接动力,要进一步加强加强对数据和新技术的应用。比如发展智慧零售,一方面,通过面向上游厂商开放数据和技术,帮助合作伙伴实现需求预测、精准生产、精准营销;另一方面,面向下游用户布局智慧零售新业态,推动消费升级。

天虹股份北京公司总经理顾立群也认为,过去数字化更多针对优化企业内部流程,而今天数字化发展已经从前台到中后台,并且延展到上下游,上游连接供应商,下游连接顾客。从AR/VR应用到百货类商品试穿试戴,从物联网应用到供应链管理,零售实践中数字化对于顾客的价值,就是尽可能满足顾客的即时需求,使顾客消费效率得以提升。

专家有话说

中国家电市场已从大规模普及的增量市场转向以更新需求为主的存量市场。企业要通过技术创新、管理创新、模式创新寻找发展新动力

在日前举行的2019年度京东家电行业峰会上,中国家用电器协会理事长姜风表示,中国家电市场已经从大规模普及的增量市场转向以更新需求为主的存量市场。在存量市场时代,家电企业要通过技术创新、管理创新、模式创新寻找发展新动力,寻找新优势,实现高质量发展。

“2018年,中国家电市场需求普遍低迷,无论是线上还是线下渠道,各主要产品增速普遍低于2017年。但尽管如此,中国家电企业仍通过技术和产品创新,深耕市场,创新渠道模式。”姜风说。

中国家用电器协会发布的数据显示,2018年,我国家电主营业务收入达1.49万亿元,同比增长9.9%;行业利润总额为1225亿元,同比增长2.5%;出口额为686亿美元,同比增长9.9%。“当前家电市场需求呈现高端化、市场化、个性化、多样化趋势,家电消费呈现分化状态。”姜风分析说,一方面,消费升级带来中高端产品持续增长;另一方面,设计新颖独特、性价比高的产品仍广受市场欢迎。盘活存量,要注重家电产品的新特点。

国家信息中心家电行业资深专家蔡莹认为,中国家电行业发展除了人口红利外,还有很大的精品红利。“精品”不一定是价格高的产品,而是针对性强、能让消费者心动并买单的产品。

京东集团高级副总裁、京东零售集团3C电子及消费品零售事业群总裁闫小兵介绍说,京东正是通过应用互联网新技术,在行业率先启动了C2M(顾客对工厂)反向定制的京品家电和独家专供合作,打造出全新产品线。

“在新经济、互联网、大数据、人工智能诸多要素下,中国家电产业正在开启新时代。”蔡莹分析说,新时代体现在四个方面,一是互联网、人工智能、大数据等技术在产品研发中的广泛应用和成功经验,说明家电产业技术与创新已经成为产业向前发展最重要的动力;二是经销渠道包括电商与生产者的角色在模糊,角色融合与跨界增值并存;三是线上销售与线下体验的高度融合成为家电新零售的重要内容,建立在大数据基础上的融合,提升了商企和细分用户之间的黏度;四是建立在大数据基础上的消费行为分析带来了清晰的消费画像与产品研发的融合潮,满足了中国消费层次差异日益明显和消费层级越来越多的细分需求。

市场瞭望

减少能源装备进口依赖

页岩气开采技术正“迎头赶上”

本报记者 王金虎

近日,烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司研发出能够实现大规模开采页岩气的全球首个电驱压裂成套装备。中国工程院院士苏义脑表示,该套方案是对目前传统页岩气压裂方案的一次突破,将有效推进我国页岩气在复杂地质环境下的大规模开发利用,对于进一步减少对国外能源装备依赖有着十分重要的意义。

页岩气是一种以游离或吸附状态藏身于页岩或泥岩层中的非常规天然气,和常规天然气一样,是一种清洁、高效的优质能源。据测算,年产百亿立方米大气田建成后,每年可减排二氧化碳1200万吨,相当于800万辆经济型轿车停开一年。

作为世界最大的能源消费国,我国常规天然气储量相对不多,但页岩气将为中国提供可观的能源来源。据联合国贸易和发展会议报告表示,页岩气已经成为新时代天然气能源的代表。报告认为,中国在页岩气储量方面领先其他国家,达31.6万亿立方米,具有深厚的开采潜力。2010年中国开始生产页岩气,并迅速形成规模产业。2017年中国页岩气产量达到91亿立方米,仅次于美国和加拿大排名世界第三。报告称,尽管目前在开采技术上处于领先的北美地区仍是全球页岩气的主要产区,但储量巨大的中国正在迅速赶上,预计到2030年左右,北美和中国将共同贡献全球天然气产量的20%左右。

“低成本、高效率、智能化,是我国大规模开发页岩气必须逾越的障碍。”杰瑞石油装备集团董事长李志勇表示,中国页岩气储藏地区的地质条件复杂,开采成本高、钻探难度大。因此,我国页岩气勘探开发不能简单复制北美模式,必须走自主创新之路。同时,能否降低页岩气开发成本、提升经济性,是实现中国页岩气大开发的关键所在。本次杰瑞发布的电驱压裂成套装备及页岩气开发解决方案,通过降本增效大幅度提升了装备性能。能够满足大排量、高压、长时间作业的需要,并通过单机功率的提升,使用更少的设备实现更好的作业效果,经济性能大幅提升。“相信通过我国页岩气开发技术的不断提升和创新,能为我国页岩气大开发目标的实现和国家能源安全的保障提供有力支撑。”李志勇说。

本版编辑 王薇薇 李景

传统农机产品遇冷,秸秆打捆机“一机难求”——

国产农机新“蓝海”

本报记者 刘慧

透视

如果说农作物秸秆处理是农业创业风口,那么秸秆机械就是农机行业的“新蓝海”。由于国家严禁焚烧秸秆,提倡农作物秸秆回收,打捆机成为农作物秸秆回收的必备工具之一。在补贴政策和市场需求的共同作用下,甚至出现了“一机难求”的现象。但要注意的是,在市场繁荣态势下,企业切忌一哄而上盲目投资,相关产品也要提升品质和档次,逐渐摆脱对补贴的依赖

近几年,在拖拉机、收获机等传统农机产品市场遇冷的情况下,秸秆打捆机却逆势而上,甚至出现“一机难求”的盛况,成为农机市场新的增长点,让业内人士为之振奋。作为小众农机产品,秸秆打捆机为何能从行业发展困境中突围?市场前景究竟如何?能否成为行业新的投资热点?

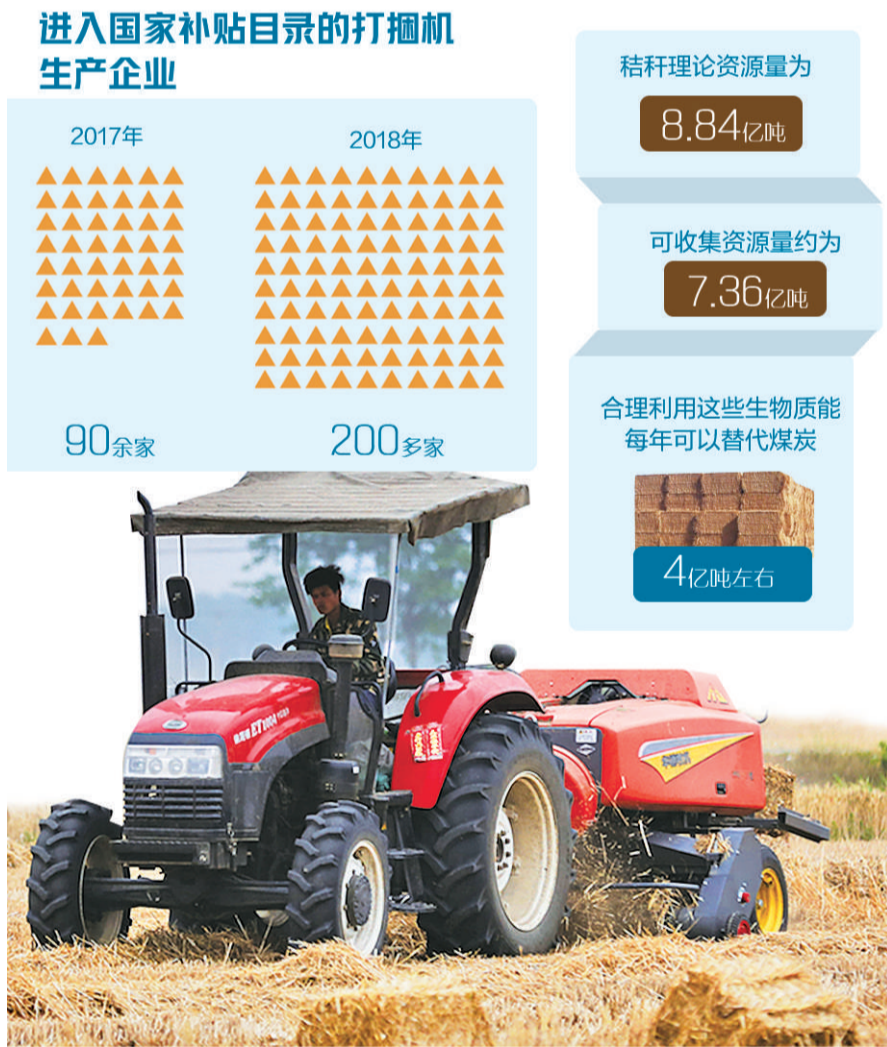
产品热销投资加码

日前,在河南郑州举办的2019年全国农业机械及零部件展览会上,内蒙古野田铁牛农业装备有限公司展出的两款红色秸秆打捆机吸引着参观者驻足。野田铁牛在打捆机领域拥有一定的技术优势,该公司销售总监王友刚告诉经济日报记者,现在秸秆打捆机市场前景好,正在成为企业的投资热点。

近年来,在环保压力下,国家严禁焚烧秸秆,各地出台相应办法启动专项补贴资金来控制秸秆焚烧,提倡农作物秸秆回收或粉碎还田,打捆机成为农作物秸秆回收必不可少的工具之一。

刚性需求催生行业发展,一些传统的农机制造企业调整产品结构,投资生产打捆机,甚至一些非农机企业也跨界投资打捆机,行业规模迅速扩大。2017年进入国家补贴目录的打捆机生产企业有90余家,2018年更是达到200多家,并且产品种类越来越多,行业进入快速发展期。

从技术层面来看,国内打捆机行业经过多年发展,装备技术和质量逐步提升,设备稳定性高,与进口打捆机差距逐步缩小。但是,国内秸秆打捆机在技术上还处于“模仿+改进”的阶段,原创技术



图为一台国产秸秆打捆机在田间作业。 王涵摄

很少,特别是打捆机的核心部件打捆器主要依赖进口,制约了国内打捆机制造企业进一步发展。

对于打捆机生产企业而言,在追逐市场热点的同时,还要理性投资,不能一哄而上。一些企业盲目追求产品规模的扩张,品牌观念淡薄,产品同质化严重,不得不通过低价竞争争夺市场,不利于行业的长远发展。“打捆机市场前景好,国内农机制造企业只有不断提高科技研发能力和制造能力,发展更加适合市场需求的产品,加快产品技术升级,才能摆脱低端同质化竞争的困境,实现行业有质量的发展。”中国农科院呼和浩特分院副院长张俊国说。

补贴政策激活市场

“当前秸秆打捆机的热销,很大程度上得益于国家政策基本面的引导,更得益于国家补贴政策的拉动。”张俊国说。据了解,2004年国家实行农机购置补贴政策以来,打捆机就被纳入补贴范围。2018年国家调整农机购置补贴政

策,缩小补贴范围,包括打捆机在内的秸秆机械被纳入补贴范围,并实行普惠制补贴。为实现农作物秸秆禁烧政策执行到位,全国各地加大了对秸秆作业相关产品的累加补贴力度,超过10个省份明确对打捆机开展地方累计补贴,有力地促进了打捆机市场的快速发展。

张俊国认为,补贴政策直接催生了打捆机市场的繁荣,从目前各地推广情况来看,安徽、黑龙江等补贴额高或有双重补贴的地方,打捆机市场需求高,补贴少的地方相对需求低。若国家对打捆机补贴减少或取消,将给整个行业带来极大打击。

据了解,一些企业十分关心农机补贴政策可持续性。今年国家农机购置补贴政策已经明确,秸秆机械已经被纳入补贴范围,实行应补尽补。但是,好的政策还需要落地,在执行过程中加强监督。目前,农机购置补贴乱象丛生,个别秸秆打捆机产品为提高补贴档次,虚报秸秆捡拾作业宽度,干扰了市场的正常行为,必须要依法依规查处。专家预计,今年打捆机市场会延续

比较坚挺的走势,在持续下行的农机市场中,打捆机有望成为市场亮点。但是,打捆机市场的利空因素也不容小觑,当前粮食种植效益较低,市场投资信心不足,间接影响打捆机市场。秸秆处理增加种植成本,影响农民购机和使用打捆机的积极性。

专家建议,当前应该推动农机购置补贴政策向农机作业补贴倾斜。当前,农机作业补贴条件已经成熟,中国农科院研发的农业全程机械化云管理服务平台,能够实现农机作业各个环节的在线监测,为实施农机作业补贴提供技术支撑。

做大产业做强产品

如果说农作物秸秆处理是农业创业风口,那么秸秆机械就是农机行业的新“蓝海”。目前我国打捆离田的秸秆不到10%,与欧美国家100%的水平差距悬殊。由于打捆机的下游秸秆产业还没有得到充分开发利用,影响打捆机销售。只有充分开发和利用秸秆资源,才能拉动秸秆打捆机产业发展。

在我国,农作物秸秆一直以来都被当作废弃物。实际上,秸秆用途广泛,在畜牧、造纸、农业、能源等各个行业均具有十分重要的作用。秸秆在一定的温度和压力下,可以压缩为棒状、块状或颗粒状等成型燃料,改善秸秆燃烧性能,提高利用效率,因此被称为“秸秆煤炭”。

据有关专家估算,秸秆理论资源量为8.84亿吨,可收集资源量约为7.36亿吨,合理利用这些生物质能每年可以替代煤炭4亿吨左右,因此秸秆打捆机的应用潜力巨大。

目前秸秆综合利用取得了阶段性进展,农作物秸秆回收利用生态产业链日趋完善和成熟,生物质板材厂、造纸厂、秸秆发电厂、沼气、秸秆制肥等许多秸秆综合利用企业逐步形成规模,秸秆回收利用取得一定的经济效益,带动农民致富。吉林省公主岭市万欣农民专业合作社理事长薛耀辉表示,建设生态循环农业产业链,把秸秆变废为宝,用秸秆制作燃料,用秸秆饲料养牛养羊,用秸秆肥做有机肥,保护土地回归自然,才能真正实现农业绿色发展。

然而,由于秸秆面广量大,种类多、季节性性强,各地水热条件差异大等因素,当前秸秆综合利用仍然面临很多困难,秸秆原料密度低,用工规模高,政策不成体系,秸秆综合利用率还很低,导致秸秆打捆以后没有去路,秸秆打捆机回收受到一定制约。“因此,要解决秸秆回收利用的问题,提高秸秆利用的经济效益,以市场经济来带动市场需求,让秸秆打捆机逐渐摆脱补贴依赖。”张俊国说。