去年共享单车产量仅为2017年的四分之一-

共享单车"退潮" 自行车企咋玩

经济日报·中国经济网记者 孟 飞



经历了共享单车 2017 年的火爆和 2018 年的退 潮,自行车行业如何寻找发 展新动力?记者在第 29 届 中国国际自行车展览会上 发现,加快布局电动自行 车、开拓特定细分市场、提 升智能化网联化水平成为 企业突围方向——

5月9日,第29届中国国际自行车 展览会在上海国家会展中心落下帷幕。 经历了共享单车2017年的火爆和2018 年的退潮,自行车行业如何寻找发展新 动力?记者走进展会一探究竟。

共享单车"退潮"冲击

"共享单车给企业带来了发展机会,也带来了不少问题。"上海凤凰副总裁季小兵说。年报显示,2018年上海凤凰实现营业收入7.62亿元,同比下滑46.68%。对此,上海凤凰解释称,这主要是由于共享单车生产和销售减少。其中,仅OFO共享单车运营方的欠款就高达6000多万元。

受共享单车拖累业绩的还有老牌自行车企业上海永久。永久的母公司中路股份年报显示,2018年公司实现营收5.29亿元,同比下滑12.51%。据了解,中路股份营收占比最大的是自行车代加工业务。

凤凰和永久并不是个例。据中国自行车协会(简称"中自协")不完全统计,2018年,共享单车产量约为500万辆,仅为2017年产量的四分之一,部分企业出现产能过剩情况。另外,共享单车冲击消费市场,自主品牌自行车市场份额萎缩,有的企业销售额下降50%以上。在共享单车出现前,自行车内销市场规模约为2500万辆,2018年除共享单车以外的自主品牌销售不足1000万辆,降幅在60%以上。

展会上,各家自行车企业纷纷亮出招牌产品,竞相比拼实力。与往年相比,国外客商则更加踊跃,从一定程度上反映了内销市场的疲弱。

随着产量下降的还有利润率。数据显示,2018年规模以上自行车企业实现利润13.6亿元,同比下降9.5%。业内人士分析,从去年下半年开始行业利润降幅收窄,到去年第四季度利润甚至环比



5月6日,在第29届中国国际自行车展览会上,参观者观看"CHINA CYCLE创新奖"获奖作品。 本报记者 孟 飞摄

增长45.8%,行业盈利能力有所好转。

实际上,如果不考虑共享单车因素,自行车产量降幅不大。数据显示,2018年自行车产量为7320.1万辆,虽同比降幅较大,但与共享单车出现前的2016年相比,产量其实相差无几。

"刨去共享单车,上海凤凰 2018 年产量比 2017 年增加了 92 万辆。"季小兵说,共享单车的冲击加上行业供给侧结构性改革,让企业更好认清了形势。

行业"新战场"在哪里

随着共享单车的影响逐渐消退,自行车行业如何找到发展新动能?不同企

业有不同的路数。

有的企业"押宝"电动自行车。比如,飞鸽车业将电动自行车作为发展重点,目前电动自行车产量占总产量一半左右。上海永久的展台也有不少电动车元素,并推出了"满电未来"智能换电站系统。

之所以加大对电动自行车的布局力度,根本原因在于利润可观。受益于旺盛的需求,电动自行车依然保持了较好增长势头。数据显示,2018年电动自行车产量为3277.6万辆,同比增长5.8%。480家规模以上企业主营业务收入同比增长8.2%,利润同比增长5.7%。今年一季度,电动自行车行业规模以上企业利

润同比增速更是达到28.7%。

有的企业则进一步明确自身定位,专注于特定市场。"按照功能分类,自行车可分为健康运动类和都市慢生活类。上海凤凰定位很清晰,就是都市慢生活、城市休闲骑行。"季小兵说,公司推出"龙翔凤舞"系列自行车,引领骑行时尚。

中国飞鸽车业发展有限公司总经理 张金瑛也表示,飞鸽车业也在向运动休 闲领域转型。目前运动休闲车产量占自 行车总产量40%,并每年保持10%以上 的增长速度。

这一定位的背景是以运动休闲为主的中高档自行车增长较快。2018年,千元以上价位自行车产量为842.6万辆,同比增长18.5%,比上年提高10.5个百分点;占自行车总产量的比例继续提高,已达11.5%。

有的企业则继续加大创新力度,提升自行车智能化、网联化水平。比如,在展会现场,Bike8、Onelap、Incolor等企业纷纷展示了最新"黑科技"。业内人士认为,共享单车在一定程度上提升了行业智能化水平。但是,智能化要真正实现与市场需求接轨,技术仍有待成熟,也需要骑行风尚引领。

零部件仍需"精雕细琢"

自行车车把能有多少变化?一家企业给出的答案是:无限可能。

"哪些车把可弯,哪些车把可直?向后弯的车把倾斜多少角度适合公路骑行,多少角度适合越野骑行?如何设计才能符合人体工程学,避免运动伤害。这都是我们的核心技术。"深圳信隆健康产业发展股份有限公司业务本部副总经理徐伟尧自豪地说。

信隆健康是自行车零部件生产企业,凭借着高超的设计和工艺技术,产品在全球市场占有率超过20%,为全球多家顶尖品牌生产配套产品。为迪卡依、捷安特等品牌配套的兰溪轮峰车料有限公司生产的自行车链轮曲柄,全球市场占有率达到20%至25%。

零部件也成为我国出口一大亮点。 2018年,自行车零部件出口额为27.2亿 美元,同比增长13.9%,为2014年以来最 大增幅。

不过, 兰溪轮峰车料有限公司营销副总方建平表示,目前我国生产的自行车零部件与世界先进水平相比, 仍有一定差距。差距主要体现在精准度上。"一些大牌自行车零部件企业使用的材料不仅耐磨, 而且韧性好, 方便加工。我们使用的很多材料往往韧性不够。此外, 我们使用的工具九成以上是国产设备, 加工精度不足。"方建平说。

自行车有200多个零部件,目前虽几乎都能国产化,但在中高端产品方面还有很大提升空间。中自协相关负责人表示,今年将从关键基础材料、核心基础零部件、先进基础工艺、产业技术等方面促进行业进步。

🥯 今年超高清产业产值将达1.5万亿元

新闻回放: 5月9日,在广州举行的2019世界超高清视频4K/8K产业发展大会上传来消息,今年我国超高清视频产业的产值规模将达到1.5万亿元。超高清是继数字化、高清化之后新一轮视频技术变革,去年国内4K超高清电视在总体电视销量中的占比已达67%,而且在医疗等领域也涌现了超高清的应用案例。

点评:超高清视频以大容量、高速度、低时延的特点,有望成为5G通信重要应用场景,具有旺盛的市场潜力。除了在电视上,超高清视频还可应用于教育、医疗、工业、交通、安防等广泛领域。不过,内容缺乏仍是超高清视频产业发展的最大障碍,应用创新方面也急需进一步突破。

🧆 农业全过程无人作业实验启动

新闻回放:无人驾驶履拖打浆平地机、无人驾驶履拖打浆平地机、无人驾驶喷雾机……5月8日,在黑龙江北大荒农垦集团建三江分公司红卫农场的水田里,上演了一场无人驾驶春耕"总动员"。今年农业全过程无人作业实验还将在江苏、重庆、新疆、河南、海南等10个省区市展开,重点解决无人农业设备的关键和基础问题,并将建立全国无人农机合作联社。

点评:当前,我国农业生产面临人口老龄化、作业效率低下、作业标准差异化等问题,急需创新农业生产新模式。国外农机发展已到了智能化阶段,随着物联网、云计算、大数据等技术发展,我国传统农业作业领域的数字化、智能化、精准化也需要加速推进。

🥯 进一步加大整治侵权仿冒网站力度

新闻回放:5月8日,深圳市品牌保护与发展促进会联合腾讯安全对外发布《品牌假冒侵权数据报告》。数据显示,2018年各行业品牌相关仿冒侵权网站层出不穷,网络传播波及面广,其中以影视、医药、保健品等行业受影响最为严重。

点评:仿冒侵权行为是各行业品牌的头号公敌。仿冒产品既侵犯了消费者权益,损害了正规企业的品牌价值,更严重挤压了正规品牌的市场空间。比如,大量网络销售的代购药、处方药等来源不明、缺乏保障,给消费者健康带来了极大风险。因此,必须彻底斩断相关利益链条,坚决不让网络空间变成骗子的"乐土"。

一市场瞭望

美团宣布开放分钟级配送网络平台——

"超级大脑"支撑即时配送

本报记者 吉蕾蕾

每到饭点,人们总能看到外卖小哥忙碌的身影。除了餐饮外,超市便利店、药店、鲜花店等非餐饮行业能不能同样实现"送啥都快"?

5月6日,美团推出新品牌"美团配送",并宣布开放分钟级配送网络平台。"随着外卖业务快速发展,美团在即时配送领域取得了不错成绩。"美团高级副总裁兼到家事业群总裁王莆中表示,美团将在技术平台、运力网络以及产业链上下游等方面向生态伙伴开放,旨在提升经营效率,降低物流成本,推动即时配送生态建设。

"即时配送是近年来迅速发展的服务业态,从餐饮外卖发端,如今已拓展至商超、生鲜、快递末端等多种场景。"中国物流与采购联合会副会长兼秘书长崔忠付表示,当前消费者对即时送达的需求,已经远远超过传统餐饮外卖范畴。但即时配送能力的构建,不是简单"雇几个人"就可以解决的,而是需要平台化技术解决方案。

据了解,在技术平台方面,美团配送将依托美团"超级大脑"即时配送系统,实现全系统派单。美团配送CTO孙致钊介绍,美团"超级大脑"即时配送系统在高峰期可每小时完成路径规划29亿次,平均0.55毫秒为骑手规划1次路线,平均配送时长已缩短至30分钟以内。

在运力网络方面,美团配送针对便利店、传统商超、写字楼等不同场景,形成了4种运力网络模式:点对点网络"巡游模式"、星型网络"星系模式"、前置小仓+配送"仓配一体模式"、配送+智能末端"智能末端模式"。孙致钊说,不同的运力网络模式,结合"超级大脑"即时配送系统以及无人配送车等智能装备,可以满足不同配送场景和不同商家需求,从而提升配送效率,降低物流成本。

总的来说,即时配送网络的延伸和开放,不仅仅是对人力资源的复用,而是针对不同行业需求,设计不同的履约产品,升级配送调度系统,完善配送基础设施,进一步建设更柔性的配送网络。

"在这个过程中,仅仅依靠单方面力量是不够的,需要产业链上下游一起努力,需要客户提更多要求。我们也会用更开放的心态,加大投入建设力度。"王莆中说,今后无论是生鲜食品还是药品,无论距离是500米还是10公里,即时配送都可以像云计算一样即需即用,用户体验将得到较大改善。

全球市场整体下滑,中国厂商出货量却不断攀升——

智能移动终端市场彼消此长

本报记者 郑 杨

日前,在广东东莞召开的第十一届中国加工贸易产品博览会(以下简称"加博会")上,OPPO、vivo等众多智能移动终端企业纷纷携新产品亮相。展会期间,中国电子信息产业发展研究院和加博会组委会联合发布的《2019世界智能移动终端产业发展白皮书》显示,在智能移动终端全产业链上,中国已经与其他国家形成了胶着、竞争、融合的态势,以华为、OPPO、小米等为代表的中国品牌市场份额持续增长。

白皮书显示,全球智能手机出货量在 2016年到达顶峰后持续下降。2018年全球智能手机出货量为 14.094亿台,同比下降 4.1%;中国出货量为 3.97亿台,下滑 10%。

虽然全球市场整体出现下滑,但华为等中国厂商的出货量却不断攀升。在国内智能手机主要生产基地东莞,2018年出货量为3.68亿台,占全球四分之一;华为、OPPO、vivo三大品牌智能手机厂商业务收入超过5062亿元。

"2018年,华为智能手机消费者业务收入超过500亿美元。在去年发布的两款新品中,华为P20系列10个月发货量超过了1600万台,Mate20系列2个月发货量超500万台。部分产品甚至

一行业观察

□ 虽然全球智能手机市场整体出现下滑,但华为、OPPO、小米等中国厂商的出货量却不断攀升。在智能手机全产业链,中国已涌现出了具有国际竞争力的优秀企业

□ 与智能手机市场发展趋缓相比,智能服务机器人则出现了较快增速。同时,智能可穿戴设备市场正蓄势待发,未来5年的年复合增长率将达11%

一度缺货。"华为消费者业务手机产品 线总监Shawn Sheng说。

在智能手机全产业链,无论是显示 屏、芯片,还是摄像头等方面,中国都 已涌现出了具有国际竞争力的优秀企 业。比如,在显示屏方面,京东方、天 马的柔性屏已经可以与三星、夏普争夺 市场;在电池方面,比亚迪、生益科技

等也已占据了全球较大市场份额。 与智能手机市场下滑相比,智能服 务机器人则出现了较快增速。去年,全 球服务机器人市场规模增长超过三成, 呈现以美、日、欧为第一梯队,中、韩 为第二梯队的竞争格局。不过,中国在机器人核心零部件研发方面较为薄弱,处于快速追赶的地位。目前,粤港澳大湾区已经形成了比较完善的智能服务机器人产业链。

在智能可穿戴设备领域,深圳作为中国最大的智能可穿戴设备领域,深圳作为中国最大的智能可穿戴设备研发生产基地,生产制造了全球80%左右的智能可穿戴产品,拥有从传感器、柔性原件、终端设备到交互解决方案的完整产

2018年,中国可穿戴设备市场出 货量同比增长28.5%,达7321万台,市 场排名前五位的是小米、华为、苹果、步步高和奇虎360,市场份额最高的产品为智能耳机和手表。

在智能网联汽车领域,预计未来6年全球市场将保持65%以上增速,主要原因在于传统车企和技术先进企业纷纷涌入该领域,将带来更多创新亮点。为推进智能网联汽车整体发展,北京、上海、重庆等地布局了5+2的示范区,以示范带动今后大规模的商业化应用。除中国之外,目前智能汽车研发主要集中在北美、欧洲、亚洲等全球汽车厂商品牌所在地。

白皮书认为,新技术和新市场将是智能移动终端产业未来发展的优势条件。新技术的主导方向是5G和人工智能,将开启智能终端万物互联的新未来。在市场方面,由于全球智能终端存量市场趋于饱和,但新兴国家需求增长强劲,越来越多的相关公司瞄准了印度等新兴市场,竞争将趋于激烈。

同时,虽然智能手机市场发展趋缓,但其他智能终端市场的需求将加速上升。比如,智能可穿戴设备市场正蓄势待发,未来5年的年复合增长率将达11%。这一变化,将为终端市场大量的中小品牌厂商带来机遇。

本版编辑 王薇薇 杜 铭