

京东、苏宁易购、天猫位列上半年家电零售渠道前三强——

产业一线

# 向上拉动品质消费 向下开拓村镇市场

本报记者 黄鑫

## 行业观察

□ 上半年,家电市场消费升级趋势强劲,家电消费已经从满足刚需的功能性消费,转向满足改善型、享乐型需求的品质消费,新兴家电成为拉动家电增长的主要力量。

□ 家电行业在深耕村镇级市场、加大市场深度方面也成效显著。以上半年“6·18购物节”为节点,村镇级市场家电网购全面爆发,为低迷的家电市场注入了动力。

但是,新兴家电如洗碗机、蒸箱、集成灶等厨房电器,电动牙刷、卷发棒、洗脸仪、扫地机器人等个护、生活电器却取得了较大增长,成为拉动上半年家电消费的主要力量。

上半年,中国家电市场消费升级趋势强劲,家电消费已经从满足刚需的功能性消费,转向满足改善型、享乐型需求的品质消费。符合个性化、智能化、服务化要求的新型家电不仅改变了老百姓家电消费结构,也改变了家电市场本身。

安晖举例说,吸尘器是传统小家电品类,处于产品生命周期的成熟期。但

是,近年来随着技术发展和龙头企业带动,出现了扫地机器人、除螨仪、立式无线吸尘器、手持推杆吸尘器、微型吸尘器、桶式家用吸尘器等产品,形成了单价60元至6000元不等的庞大产品阵列,可满足消费者多样化的细分需求。吸尘器市场焕发生机,就是供给侧结构性改革拉动消费升级、让市场充满活力的成功案例。

在以消费升级拓宽市场“广度”的同时,中国家电行业在深耕村镇级市场、加大市场深度方面也成效显著。《报告》显示,上半年中国家电网购零售额来自村镇级市场的份额虽然不足

20%,但增幅却高达96%,远高于上半年中国家电网购市场19%的增长幅度。以上半年“6·18购物节”为节点,村镇级市场家电网购全面爆发,为低迷的家电市场注入了动力。

安晖认为,农村家电市场扩大和村镇级家电网购市场爆发,是上半年我国乡村消费市场繁荣的具体体现,这主要得益于5个方面因素的作用,一是农村居民人均可支配收入增加,农村消费观念升级;二是农村人口基数庞大且受房地产调控影响小;三是小镇青年、返乡青年消费升级带动;四是电商龙头企业持续布局村镇级市场,网络和物流基础设施日渐完善;五是我国家电品牌头部企业加速渠道下沉。

数据显示,今年第一季度,阿里巴巴新增活跃消费者1.02亿,其中77%来自村镇级市场。截至今年6月底,京东家电乡镇专卖店数量已从2016年同期的11家增长到超过1万家,“京东帮”服务店数量也从1500家增长到近3000家。

“下半年,中央和地方各级政府的消费政策效力将愈发增强,消费升级和市场下沉进一步扩大,家电行业将持续稳步发展。”安晖说。

跨越京广铁路大动脉21条铁路线

## 大桥空中转体刷新纪录

本报记者 王轶辰 周雷

7月30日凌晨,在中船重工七二五所制造的转体球铰支撑下,一座重4.6万吨、长263.6米的桥梁在京广铁路河北保定段上空成功转体52.4度,历时68分钟。本次转体桥梁重量和跨度均刷新了同类桥梁的世界纪录。

大桥实现空中转体,靠的是“黑科技”。在大桥建造过程中,在桥体基座下面安装了一台直径6.5米、重92吨的“轴心”——转体球铰,通过它使重量达数万吨的桥梁旋转起来。转体球铰主要分为上、下两个部分,其直接接触面是光滑的球面结构,上下球铰之间可以相互转动,从而实现桥梁转体与承重功能。

为了让重达数万吨的桥梁转得动、转得稳、转得准,技术人员采用高性能非金属材料、高精度球面加工等技术,既显著降低摩擦系数,又满足了大承载力设计要求,解决了大吨位桥梁转体装置超大承载、灵活转动的难题。

据介绍,该桥梁为保定乐凯大街南延工程转体斜拉桥,其由北向南跨越了京广铁路大动脉的21条铁路线。为最大限度减少对交通影响,施工采用了国际领先的子母塔双转体技术。转体球铰由中船重工第七二五研究所洛阳双瑞特种装备有限公司制造,6.5米的球铰直径也刷新了世界纪录。

目前,转体球铰技术已经在我国众多铁路桥梁、城际轨道交通桥梁和高速公路桥梁上得到广泛应用。依靠自主创新,我国桥梁转体技术能力持续突破,从万吨级到5万吨级,不断刷新桥梁转体世界纪录,有力推动了我国转体桥梁建设能力稳步提升。

“本次使用的转体球铰首次采用分体式结构设计,打破了传统的整体式球铰结构型式。”中船重工技术专家、七二五所研究员宋建平表示,总重92吨的分体加工部件,拼装后的相对高差必须控制在0.01毫米以内,这给生产、制造和安装工作带来了严峻挑战。为此,项目组通过计算机模拟工艺加工分析,成功实现了超大吨位分体式球铰的高精度加工和安装,确保桥梁转体平稳精确。

桥梁转体法施工技术是指将桥梁结构在非设计轴线位置浇注或拼接成形后,通过转体就位的一种施工方法,可使桥梁施工克服地形、交通、环境等条件制约,节省工程造价、缩短建设工期,同时保证施工过程安全可靠。本次转体施工使得桥梁建设对下方铁路大动脉交通的影响降到了最低程度。



图为转体前的保定乐凯大街南延工程转体斜拉桥。(资料图片)

聚集中国80%供应链企业

## 大湾区发展供应链得天独厚

本报记者 庞彩霞 通讯员 张蕊

7月27日,“2019产业供应链论坛”在广州举办。本次论坛吸引了国内外有关高校、研究机构、行业协会及企业代表等200余人参加。来自国家多个部委的领导以及行业专家、企业嘉宾等,围绕现代供应链发展、创新应用等话题展开了讨论。多家企业与高校还签署了战略合作协议,将深化供应链在各垂直产业领域的推广和应用。

记者了解到,在今年2月份出台的《粤港澳大湾区发展规划纲要》中,多次提到加快供应链产业发展。数据显示,粤港澳大湾区聚集了中国80%的供应链企业,拥有300多个各具特色的产业集群,有着发展现代供应链得天独厚的产业土壤。

在中国物流与采购联合会副会长蔡进看来,大湾区经济体量大、产业结构合理、开放度高、创新意识强,是国内发展产业供应链最具优势的区域,有着广阔的市场空间。他建议,在推动供应链创新应用过程中,大湾区相关企业除了要注意匹配未来地区经济发展规划外,还要率先探索供应链标准化,做好供应链专业人才培养。

“供应链涉及广泛的行业和海量企业。”工信部信息中心副主任李德文指出,大数据、区块链、物联网、5G等新技术可切实解决传统供应链中存在的问题,同时网络和信息安全也成为了供应链创新发展中不容忽视的重要问题。

近两年,从国家到区域都在力推现代供应链发展,以客户需求为导向,以提高质量和效率为目标,以整合资源为手段,实现产品设计、采购、生产、销售、服务等全过程高效协同。国务院办公厅出台《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》提出,到2020年将培育100家左右全球供应链领先企业。

“希望能发挥企业在绿色供应链沉淀的技术、数据优势,积极参与粤港澳大湾区建设,同时搭建长江经济带与大湾区供应链创新应用交流合作的纽带。”北京盈实智慧供应链管理有限公司董事长刘金洪表示。

本版编辑 杜铭

雏鸡价格创2009年以来最高值,导致行业陷入亏损境地——

# 养鸡业如何把握猪肉替代机会

经济日报·中国经济网记者 黄俊毅

## 透视

受非洲猪瘟疫情影响,鸡肉在一定程度上成为了猪肉替代品,今年国内肉鸡销售量价齐升。但是,由于过多依赖国外进口种源,雏鸡价格快速上涨,导致白羽肉鸡商品养殖近来竟陷入了亏损境地。养鸡业亟须加快白羽肉鸡育种本土化进程,并做好黄羽肉鸡等本土品种的遗传改良——



图为西藏林芝巴宜区更章藏鸡养殖场。本报记者 黄俊毅摄

当前,国内生猪养殖面临不少困难,作为猪肉替代品,鸡肉日益受到社会关注。那么,国内肉鸡养殖行业形势怎样?就此,记者采访了有关专家。

### 市场景气带动量价齐升

“我国已成为世界肉鸡生产大国。2018年,美国、巴西、欧盟和中国肉鸡产量分别为1935.0万吨、1355.0万吨、1231.5万吨和1170.0万吨,中国在全球排名第四位。”国家肉鸡产业技术体系产业经济岗位骨干成员、中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员辛翔飞说。

农业农村部集贸市场监测数据显示,自2017年下半年起,鸡肉价格持续回升。农业农村部对60个生产大县(市、区)的300个行政村1460户肉鸡养殖户月度定点监测数据显示,2018年商品代肉鸡养殖平均盈利水平3.59元/只,比2017年1.19元/只提高了2.40元/只。其中,白羽肉鸡养殖平均盈利1.79元/只,相比2017年盈利0.09元/只提高了1.60元/只;黄羽肉鸡养殖平均盈利5.39元/只,相比2017

年盈利2.42元/只提高了2.97元/只。2018年商品代养殖是全产业链中盈利较好环节,占整个产业链总盈利的46.49%。

“前期低估了养殖户对市场热度的反应。今年上半年,全国累计出栏肉鸡42.0亿只,同比增加15.8%;鸡肉产量663.7万吨,同比增加13.5%。全年鸡肉产量预计同比增长12%以上。”农业农村部肉鸡产业监测预警首席专家郑麦青说。其中,白羽肉鸡6月份出栏量超过4亿只,为近3年最高值,并且自7月份以后月产量可望保持在4亿只左右,预计全年鸡肉产量为851万吨,增加约90万吨,增幅约为12%。黄羽肉鸡产量也增加明显,达监测以来同期最高值,估计全年鸡肉产量可达567万吨,增幅超过12%。

辛翔飞表示,2013年以来受H7N9流感疫情多次发生、经济增速放缓等因素影响,我国肉鸡产品需求低迷。2018年,随着H7N9疫苗免疫全面普及,产业才基本摆脱了疫情影响,加之国内非洲猪瘟疫情,国内肉鸡消费市场景气度显著提升。农业农村部对全国50家重点批发市场监测数据显示,

2018年畜禽产品交易量较2017年增长14.77%,较2013年增长21.05%。

此外,肉鸡线上产品和销售量不断增加,主要表现为线上经营肉鸡产品的店家数量、产品类型增多,销售数量稳步增加。同时,快餐消费方面也有较大幅度提升,2018年前3季度,两大快餐巨头百胜中国和麦当劳中国营业收入同比分别增长10.24%和64.00%。

### 种源依赖进口成为短板

当前,鸡肉在我国已成为仅次于猪肉的第二大肉类生产和消费品,肉鸡产业在保障肉类供给、解决农村劳动力就业、增加农民收入、助力脱贫攻坚、提高城乡居民营养水平等多个方面发挥着无可替代的作用,但也面临着不少瓶颈问题。

白羽肉鸡种源对外依存度过高,是肉鸡行业最为突出的短板。今年国内肉鸡销售量价齐升,全行业理应盈利丰厚,但白羽肉鸡商品养殖近来却陷入亏损境地。郑麦青告诉记者,去年以来商品肉鸡价格持续高位运行,带动雏鸡价格快速上涨,今年3月中旬雏鸡价格普遍超

过9元/只,创2009年以来最高值,且高位运行持续至5月末。这导致6月份出栏的白羽肉鸡,养殖户平均亏损4.36元/只,原因就在于雏鸡成本过高。

辛翔飞告诉记者,目前我国还没有培育出生性能优良的白羽肉鸡品种,白羽肉鸡全部依靠进口。一方面,从短期来看,依靠进口种源虽然可以降低我国自身的育种成本和压力,引种企业也能从中赚取利润;但从长期来看,一旦肉种鸡主要供给国发生禽流感,我国白羽肉鸡引种就会受到限制,产业发展将受到严重阻碍。另一方面,种源处在畜牧业价值链的最高端,2010年至2014年我国每年在引种方面花费均在3000万美元以上,2013年甚至超过5000万美元。此外,过多依赖国外进口种源,极易加剧父母代、商品代的价格波动。

### 加快推进本土品种改良

“当前,肉鸡产业逐步回归发展正轨,正是加大力度扎实推进供给侧结构性改革,实现产业提质增效、绿色发展变革的重要契机。”辛翔飞说。

目前,正是加快我国白羽肉鸡育种本土化进程和黄羽肉鸡遗传改良进程的战略机遇期。实现白羽肉鸡育种本土化,有利于降低企业引种成本,摆脱种鸡受制于人的困境。

同时,鉴于冰鲜鸡销售将成为未来主流方向,行业管理部门宜对现有黄羽肉鸡育种方向重新论证,进一步做好黄羽肉鸡等本土品种的遗传改良。建议国家启动白羽肉鸡遗传育种重点研发计划,加快推进实施《全国肉鸡遗传改良计划(2014—2025)》,鼓励科研机构和相关企业充分利用国内丰富遗传资源,实施差异化战略,助推适合我国消费特色肉鸡品种的育种工作,形成多品种互补的肉鸡生产格局。

在品牌战略方面,要通过国家保护和价值提升,使地方品种品牌得以壮大,同时引进国内肉鸡龙头企业,实现产品增值和升值加工。同时,行业协会要协调组成品牌联盟,实现联盟企业共享同一品牌,以降低企业创建和维系品牌成本,扩大品牌效应。针对中小企业抗风险能力差、竞争能力弱的现状,有关部门要通过政策引导、资金支持、技术支持等方式,帮助其打造以地方鸡品种为主的品种,走小而精的新路子。

“近半个世纪以来,世界肉类生产结构的显著特征是从牛羊肉向禽肉转移,牛羊肉占比显著下降,禽肉大幅上升,禽肉已成为世界第一大肉类。经过改革开放40多年持续发展,肉鸡产业已成为我国农业农村发展不可或缺的支柱产业。大力发展肉鸡产业,是提升畜牧业生产效率、促进畜牧业绿色发展的有效途径,这既符合世界畜牧业发展规律,也符合我国国情。”辛翔飞说。