

新闻分析 INWENFENXI

电商平台抢滩“小龙虾经济”

“没有什么是一顿小龙虾解决不了的。”每年4月底、5月初“龙虾季”到来,小龙虾大上市,这一“夜宵界的网红”引发市场关注。记者发现,最近电商巨头、生鲜电商平台、社交电商平台也“盯”上了小龙虾这片千亿规模的大市场。其推出的线上订单,24小时内送达的即食方式,让消费者充满期待。

电商平台纷纷布局小龙虾市场

相关统计数据显示,小龙虾市场规模已超过千亿。在线上,小龙虾销售额每年保持30%至40%的增长率。在小龙虾庞大的市场增长前景下,生鲜电商平台已提前布局。苏宁、天猫、京东等巨头也围绕着小龙虾线上销售做相应布局。

近日,苏宁易购在小龙虾发布会上,为了让消费者买到最新鲜的小龙虾,苏宁的“拼基地”将专为用户提供优质小龙虾,凭借分布于全国各地的总面积达20万平方公里的46个冷链仓和航空运输,可实现线上线下最快半天到达,线下最快半小时到,并且死虾包赔、重量包赔、坏



虾包赔。其宣称,价格也比市面普遍低25%—40%。线上正宗的洪湖小龙虾预售只需19.8元/斤。

记者在淘宝、苏宁易购和京东商城搜索“小龙虾”,发现大大小小的品牌有200多个,产品价格大多集中在百元左右,相比去餐厅也不逊色,甚至还实惠。

除了电商巨头,垂直生鲜电商平台、社交电商平台以及网易严选,周黑鸭等也发力贩卖小龙虾,每日优鲜与贝贝网旗下社交电商贝贝也对小龙虾进行了原产地溯源,在湖北洪湖设立直采基地。

电商平台以及网易严选,周黑鸭等也发力贩卖小龙虾,每日优鲜与贝贝网旗下社交电商贝贝也对小龙虾进行了原产地溯源,在湖北洪湖设立直采基地。

电商卖小龙虾迎合“懒人经济”

据悉,电商售卖小龙虾,除了比

拼货源,也要比拼物流速度。目前,京东、天猫声称北上广等11个城市的小龙虾订单可当日达,每日优鲜可实现订单1小时内送达,苏宁易购实现线上线下半小时达,线下最快半小时送达。

“小龙虾在家做麻烦,再说也不会做。”有消费者表示,目前小龙虾已变身休闲食品,电商售卖小龙虾迎合了时下流行的“懒人经济”。

“小龙虾净利润高达40%左右。”一名餐饮业业内人士指出,电商外卖小龙虾的利润则更高——不需要门店租金成本,可以大大降低成本。艾媒咨询CEO张毅表示,对于当下的资本而言,小龙虾是一个稳妥的市场。“小龙虾产业的高利润和稳定的供需,更容易获得资本青睐。而随着电商巨头入场,小龙虾产业链将得到进一步完善和升级,其食用安全和生产周期将更有保障,预计小龙虾产业会得到持续稳定发展。”

还有业内人士分析,极速蹿红的小龙虾,至今仍难摆脱有品类无品牌的尴尬,电商巨头的入场,或推动小龙虾产业链进一步完善和升级。

据新华社

多品牌角逐咖啡市场“冷喝”成为争夺点

最近一个月,关于咖啡的消息频频出现在各大媒体上。先是喜茶、奈雪的茶推出咖啡产品,后来两大咖啡市场的巨头企业——星巴克、雀巢相继推出新品,在咖啡领域资本玩得最好的瑞幸咖啡终于赴美IPO,而最新的消息是继可口可乐、维他奶宣布推出咖啡饮品后,农夫山泉也加入了这一咖啡市场的混战。在相对平稳发展了多年后,2019年似乎已经成为国内咖啡江湖风云再起的新元年。

竞争:多品牌落子咖啡市场老江湖加速出新

国内的咖啡市场似乎伴随着这个超长的春天迎来了新的契机。除了原有的竞争者外,此前多个不属于咖啡这个饮品领域的品牌也高调宣布进军咖啡市场。

3月22日,喜茶宣布全新上线咖啡饮品,在北上广深的四家门店一起推出。由于此前刚刚推出了欧包以及酒管等产品,这次推新也只在粉丝层面引发了关注。事实上,与喜茶同列新茶饮领军品牌的奈雪的茶也在约一个月前推出了咖啡产品,同样没有引发大举关注。而此前宣布进军咖啡市场,只是咖啡江湖风云再起的序幕。

进入4月,多个品牌宣布进军即饮咖啡市场。其中包括国际饮料巨头可口可乐、香港家户户晓的饮料品牌维他奶,而5月9日的最新消息是,国内饮料品牌农夫山泉也宣布将推出4款结合了咖啡成分的碳酸咖啡新品。

除了这些“外来者”,已经身处咖啡江湖多年的星巴克和雀巢近期也是动作频频。

在周边产品火过了咖啡后,星巴克再度回到了产品研发的路上。今年4月一口气推出8款“玩味冰调”系列产品。外界认为这是针对国内新茶饮市场的跨界产品,但里面仍旧有3款以咖啡为基础的饮品。而其冷萃系列随后再次出现在了餐桌上。

雀巢自去年8月与星巴克正式联手并建立全球咖啡联盟后,今年2月一股脑推出包括咖啡豆、研磨咖啡以及胶囊咖啡在内的24款星巴克咖啡新品。4月,雀巢再度推出3款风味冷萃系列咖啡新品,还在北京开出京味咖啡快闪店。

而一直以来作为“挑战者”身份的瑞幸咖啡,也将在美国上市。这家咖啡圈里资本玩得最好的企业,将有更多的资金来助其发展,而这也带动了推出包括咖啡在内的新品。

而在线上,还有更多的国产或进口咖啡品牌在争夺这一部分市场。

前景:90后 95后是消费主力军 下午茶或可撑起更大市场

多个品牌进入咖啡江湖,老品牌忙于巩固江山,这势必掀起新一轮的竞争。从雀巢咖啡进入中国算起,国内咖啡市场已经发展了30余年。但来自机器的调查显示,对于咖啡来说,中国的市场还远远没有饱和。

据瑞幸咖啡招股书显示,2018年中国人均咖啡消费量6.2杯,与发达国家相比,中国人均咖啡消费量仅为美国的1.6%。2018年中国咖啡市场规模为569亿元,随着我国人民生活水平的提高和咖啡文化认知程度的增长,加之巨大的人口红利,都可能刺激国内咖啡消费。预计2023年中国人均咖啡消费量为10.8杯,咖啡市场规模为1806亿元。

记者了解到,除了还与欧美有差距的国内咖啡消费量以外,咖啡江湖在中国市场上的边界还在不断扩大。CBNData报告显示,90后、95后为线上咖啡消费主力军,女性占比超六成;二线城市咖啡消费增速旺盛,人数占比近半;低线城市消费人数增速突出。

除了新的消费者以及消费习惯的转变外,还有一个新兴市场为咖啡体系子业的做大提供了支撑。这就是国内下午茶消费的热度,根据某机构调查数据显示,目前餐企内的分时段客流占比中,下午茶已经到达了12%,明显瓜分了晚餐的份额。部分消费者的午餐是“刚需”,下午茶是“续命”。

热点:即饮咖啡是新宠 咖啡“冷喝”成今年流行趋势

事实上,如果翻回头去看今年各大品牌推出的咖啡新品,不难发现不论是现制产品还是包装产品,“冷喝”成了它们的共同点。就连速溶类的新品,都强调了“冷萃”并表示可以用冰水冲调。

根据CBNData(报告)显示,线上“冷喝”咖啡在近两年呈爆发式增长,尤其受到95后、90后年轻人的喜爱,他们以高于其他代际的消费增速,成为“冷喝”咖啡主力消费人群。即便是在冬都不放“冷饮”的年轻人,待到春夏温热季节,更要放肆“无冰不欢”,在喝咖啡这件事上一样如此。

此外,除了冷水泡咖啡,“奶茶”咖啡和“果萃”咖啡也成为趋势,线上“奶茶”咖啡年增长89%,增幅显著。事实上,温度只是年轻消费者的喜好之一。根据市场调研机构英敏特的报告,2017年全球19%的咖啡新品都是即饮型的冰咖啡。市场调研机构Mordor数据显示,过去两年即饮咖啡规模增长了31%,到2023年规模将高达26.43亿美元。英敏特预测中国市场上未来五年即饮型咖啡的年均增速将保持在20%,挤占更多现磨咖啡市场。据新华社



国资投资运营试点酝酿扩围升级

从管资产向管资本,国资投资运营体制改革正在持续深化。记者了解到,国资投资运营试点分期推进,未来将有更多的生力军加入。在数量增加的同时,授权放权的力度也在加大,即将出台的2019年国资投资运营改革方案将包括30多项措施。此外,今年还要通过国有资本投资运营公司这个资本运作的平台,进一步加大结构调整力度,推进多个行业的企业整合。

“两类公司”改革试点酝酿扩围

作为以管资本为主改革国有资本授权经营体制的重要举措,2014年以来,先后有国资授权的21家中央企业和122家地方企业组建成为国有资本投资公司和国有资本运营公司。

记者了解到,去年底最新一批11家国有资本投资运营试点方案着力打造“升级版”,重点在调整管控模式、优化产业布局、推动机制转换等方面加大工作力度,目前方案已陆续获批,改革进入落地实施阶段。

4月28日,国务院正式下发通知并印发《改革国有资本投资运营体制改革方案》(下称《方案》),提出将更多具备条件的中央企业纳入国有资本投资、运营公司试点范围,赋予企业更多经营自主权。

“总体来讲,国有资本投资公司应该在某些重要领域有比较强的投资能力、资本运营和回报能力。它要有比较科学的资本布局,也要具备战略管控、财务管控的行政能力。”国务院国资委副主任翁杰明在近期的国务院政策例行吹风会上透露,目前,财政部、国资委正在对相应的工作进行研究。按照“成熟一家、推出一家”的原则,未来在国有资本投资公司、国有资本运营公司的队伍当中,肯定会有新的生力军。

根据《关于推进国有资本投资、运营公司改革试点的实施意见》,国资授权机制分为两种,一是国有资产监管机构授权模式,二是政府直接授权模式。据记者了解,除了国资委授权的国有资本投资运营公司试点,国务院直接授权的国有资本投资运营公司的改革试点工作也在推进,去年以来财政部就在研究起草直接授权公司的改革方案等。

国务院国资委研究中心研究员周丽莎在接受记者采访时表示,国有资本投资运营公司试点还会增加,预计大多还是集中在竞争类行业。

运营公司授权放权内容主要包括战略规划 and 主业管理、选人用人和股权激励、工资总额和重大财务事项管理等,亦可根据企业实际情况增加其他方面授权放权内容。

具体而言,在强化出资人战略引领的前提下,这两类公司可自主制定发展规划和年度投资计划。国有资本投资公司围绕主业开展的商业类创新业务可视同主业投资。支持国有创业投资企业、创业投资管理企业等新产业、新业态、新模式类企业的新团队持股和跟投。

翁杰明说,这将更大限度调动经营团队与科技团队的积极性。“相信国有企业能够不断提升竞争力,在战略性新兴产业布局探索和探索新经营模式,也将取得比较突出的成绩,推动国有企业高质量发展。”他说。

《方案》提出,到2022年,基本建成与中国特色现代国有企业制度相适应的国有资本投资运营体制。对此,翁杰明强调,“具体的授权工作还是秉承‘严事实、重原则、不是一刀切’、不简单地对号入座。成熟一家、授权一家。如果行使得好,根据实际情况加大授权,如果行使得不好,也要根据实际情况把它收回来。总的来讲,一切服从于工作效果。”

加大力度推专业化整合

除了授权放权方面进一步加大力度,“今年还要通过国有资本投资运营公司这个资本运作的平台,进一步加大结构调整力度。”国务院国资委秘书长彭岗表示,此前已有实践,例如,过去国新成立的煤炭平台,推动国投把航运、煤炭

板块剥离,通过保利集团重组航空工业的房地产业务等,用这个平台来调整国有经济的布局结构。

今年两会期间,国务院国资委主任肖亚庆表示,从中央企业现状来看,在主业方面总体上进展很大,进步很大,但仍存在资源分散、主业不突出的现象,也存在某个专业上同质化竞争、无序竞争的问题。今年将加大结构调整力度,积极稳妥推进装备制造、船舶、化工等领域战略重组,持续推动电力、有色、钢铁、海工装备、环保等领域专业化整合,扎实推进区域重组的整合。

据记者了解,根据国务院国资委的安排,2019年将继续推进中央企业煤炭整合任务,中国诚信、中国国新两家资本运营公司还筹备设立海工产业整合平台,以解决多个央企海工装备产业面临的困难。

作为去年底加入的国有资本投资运营公司试点企业,2018年,中国铝业集团有限公司完成整合云冶集团,是迄今为止中国有色行业企业发展史上最大的战略重组。2019年该公司表示将加快重组后的整合管理,加快集团内外稀有金属的整合,并且充分发挥国有资本运营公司的平台优势,加快推动产业重组整合,向“大特色”迈出更大的步伐。

98%的业务都是处于竞争领域的保利集团,认为国有资本投资试点公司的根本性任务是如何实现高质量的生存与发展,要做好战略布局,包括突出主业优势,预测未来市场需求,然后进行产业转型和调整。

据《经济参考报》

2025年5G自动驾驶车有望量产

近日,在工信部支持下举办的龙湾论坛上,中国工程院院士、北京邮电大学计算机学院院长李德毅透露,2025年,5G自动驾驶汽车有望实现量产,之后每两年增长量将翻一番。中国信通院与吉利公司签订了一份战略合作协议,将打造面向5G自动驾驶的整体示范应用。当您坐着自动驾驶汽车前往商场

时,在商场入口即可下车,车辆将自动在停车场中寻找停车位。走出商场准备离开时,爱车则会在入口等待……这“科幻”场景在不久的将来会实现。李德毅表示,我国新一代人工智能总体上已经进入世界第一方阵。自动驾驶汽车量产最重要的问题是降低成本,未来5G自动驾驶汽车最重要的就是把价格尽快降下来,与现行普通车辆价位逐渐接近。

约半数密码开启和半数指纹识别并存风险

近日,中消协发布的一项智能门锁比较试验显示,在测试的29款样品中,48.3%的样品密码开启安全存在风险,50%的样品指纹识别开启安全存在风险,85.7%的样品信息识别开启安全存在风险。此次评测的智能门锁样品来自主流网络平台 and 线下实体店。

他预计,2025年开始,自动驾驶车有望实现量产,之后每两年增长量将翻一番,到2033年中国汽车保有量中的70%均为5G自动驾驶汽车。中国信通院研究院5G技术总工程师朱雪田则披露,5G所能提供的10G至20G带宽的应用,将重点服务于物联网销售渠道选择。尽量通过正规渠道购买正规品牌智能门锁,在电商平台购买时,官方旗舰店更值得信赖。二是智能门锁产品选择。尽量选择品牌智能门锁。三是开锁方式选择。挑选智能门锁时选择适合自己的产品,不要刻意追求更多的开锁方式。一般来说开锁方式越多,潜在风险越大。四是急开锁。建议消费者至少具备应急开锁功能的智能门锁,至少将一把应急开锁钥匙保留在除家以外的安全地点。五是选购注意事项。选购时尽可能向销售方核实产品面板主材类型,同时结合个人经验或一些技巧对产品用料、做工等进行简单的判断。六是指纹识别模块选择。目前市面上指纹识别模块主要有光学指纹识别模块和电容式指纹识别模块(半导体指纹识别模块),两者各有优缺点,消费者应考虑自己使用的实际情况和需求进行选择。七是购买渠道选择。建议消费者通过正规渠道购买智能门锁并索要发票,方便日后维权。据新华社

近年来,智能门锁逐渐进入越来越多的家庭,也吸引了企业跨界进入智能锁行业。截至2017年,国内智能门锁的生产企业超过2000家,市场规模达到100亿元。

据介绍,此次评测的29款智能门锁样品均为消费者关注度较高的知名度较高、网络平台销量位于前列的产品,部分地区消协(消委会)的工作人员模拟普通消费者购买。其中,从网络平台购买22款,从实体店购买7款,样品价格相差较大,从每套1099元到5899元不等。

根据本次的比较试验结果,中消协向消费者提出以下七点消费提示:一是