

电商线上线下一同步扩张或陷入财务危机

行业电讯



罗清启

电商是表象产业组织“湿团”

记者:从外媒报道来看,亚马逊今年销售额将首超全球最大家电零售企业百思买,虽然亚马逊的销售额仅为全球最大零售企业沃尔玛的1/10左右,但是沃尔玛却处处提防亚马逊,这预示着全球零售业将发生怎样的变革?

罗清启:与其说沃尔玛在防着亚马逊,不如说是全球最大规模的线下零售系统与线上零售系统处在对峙当中,这反映出全球消费电子零售格局进入从线下到线上的急剧转换期,当然会带来全球零售格局重组。

可以肯定地说,完全没有刹车的单一线下连锁进程已经成为历史,以线下连锁零售业为中心,以线性供应链为支撑的产业结构已经开始失效,不是在未来而是从今天已经开始,全球以消费者为中心的“湿团”化(企业与消费者利用网络进行全方位协同合作)组织形态将对整个产业链进行重置,因此,电子商务化进程仅仅只是个表象。



当下,以家电企业为代表的中国电子商务发展十分迅猛,但片面追求低价以取悦市场的方式却缺乏稳定的产业基础,这种价格的混乱拼杀会造成制造业整个产业链价格体系与需求体系的紊乱,从而干扰整个产业的健康发展。

如何从系统上、战略上把握未来的电商发展?知名家电专家罗清启给出了自己的看法。 记者 朱江华

1 亏损最怕生不成战略结构

记者:从国内零售动态来看,家电连锁企业一方面在线上拓展百货等品类,另一方面在线下快速开店;而少数制造品牌一方面发展自有品牌电商,另一方面构建三、四级市场流通网络,您怎么看这些企业线上线下发展的格局?

罗清启:无论是对零售企业还是制造企业来说,未来很长时期都将是线上与线下体系的有机组合,但是零售企业与制造企业线上与线下同步扩张的态势会戛然而止。毕竟,线上系统的壮大会抽走线下流量,这两个零售形态本来就是相逆的,因为线上系统对任何一个市场来说都具有市场全域的辐射性。

2 从线下搬家到线上或将亏损

记者:现在国内电子商务的发展可以概括为“线下搬家、杀价、亏损”三部曲,不管新兴的电商企业还是家电连锁企业做线上平台都处于亏损的境地,为什么会出现这一情况?电商企业如何才能结束亏损的噩梦?

罗清启:亏损从来不是问题,没有面向

3 价格战无法塑造消费者黏性

记者:在传统零售时代,零售企业竞争的焦点是地角,不惜一切代价抢占有利的商业位置,因为优势地角代表了稳定人流。目前电商对消费者的黏度非常弱,人流也不稳定,今后电商企业应该如何构建未来的网络生态?

罗清启:消费者黏性在任何零售企业追求的目标,线下时代的地角实际上就是消费

4 忽视物流连锁商机

记者:从国外来看,电商企业将产品配送业务交给专门的快递公司,而在国内,电商企业大部分在自建物流配送体系,今后国内物流配送体系将发生怎样的变革?制造企业和连锁企业现有物流配送的优势能否延伸至网购时代?

罗清启:不要简单地看待国内外电商对本国物流企业的利用方式。外资物流企业已经不是简单的一个大物流企业这么简

单,他们其实都是一些大跨国物流连锁体系,这个体系的实质是实现了物流配送的规模经济。

目前对零售业来说,中国呈现出巨大的电商和物流机会,这是任何其他发达经济体所不具备的时机,因此制造企业应与连锁零售企业应该从更为宽广的结构性机会出发发展自己的电商与物流体系,而不是单环节化的失衡发展。

未来的战略结构去对冲亏损才是真正噩梦。零售的电商化不把流量从线下搬家到线上,这样的线性思维一定会制造亏损,在旧有品类里做产品线上线下的分流只会让线下体系成本化,如此操作只会让自己的两线经营负和化。

者黏性的代名词,而零售的线上化则让消费者摆脱了商业地角的物理限制,使零售企业产生了更大的创造消费者黏性的压力。

从目前国内电商频繁的价格战来看,电商企图把低价格作为塑造新时代消费者黏性的主导力量,用它来填补物理地角丢失的空白,这是一种极大的错误。

四季沐歌借力“热水文化节” 重塑太阳能产业价值

如果说,10多年前的太阳能热水器让大众知道太阳能光热产业,开创这一行业首个黄金发展的十年。当前四季沐歌热水文化节让更多的社会大众知道除热水器,太阳能光热还可用于采暖、空调制冷、工业锅炉、海水淡化,甚至发电。

日前,在中国太阳能光热第一股日出东方(四季沐歌太阳能)(股票代码:603366)成功登陆A股主板市场同时,其旗下的控股公司、我国太阳能光热产业的领军品牌四季沐歌迅速在全国打响“第一届四季沐歌太阳能热水文化节”活动。启动仪式现场,日出东方副总经理、四季沐歌太阳能执行总裁李骏指出,“当前我国太阳能光热产业正处在转型升级的发展拐点,推动整个产业从太阳能热水器向热水、热能、热能的持续跨越和升级,是作为行业龙头企业应该承担的一份社会责任。” 记者 朱江华



开创光热新时代

与传统的家电产品热水器不同,太阳能光热不只拥有热水,还拥有热能。热电太阳能光热拥有关键、独立的自主知识产权的核心技术和产业链布局。四季沐歌在国内太阳能光热产业开创多项第一:首家掌握四种太阳能集热器的核心技术;率先实现从低温应用向中温应用的市场拓展;首家建立起从矿砂、高硼硅玻璃毛坏管、航天管、热水系统研发制造销售的全产业链;首家推出“城市热水银行”战略率先完成从农村到城市、海外三大战略市场全面覆盖的新商业体系;首家登陆A股主板市场的太阳能光热品牌。

政策资本技术新驱动

在四季沐歌今年创造太阳能光热产业发展新时代的背后,业内人士指出,正是得益于作为中国太阳能光热第一股日出东方所搭建的全新战略平台,给予企业在资金、技术、管理、市场拓展等多方面构筑的强大动力。作为四季沐歌控股股东的日出东方,勇创佳绩。2009年至2011年,营业总收入从15亿元增至31亿元,复合增长率超过41%;净利润从1.7亿元增至3.7亿元,复合增长率高达46%,已连续四年位居中国光热产业出口第一、连续多年稳居中国光热产业内销首位。

近日,中国太阳能热利用产业协会秘书长霍志臣在接受本报记者采访时透露,《带辅助能源的太阳能热水系统(储水箱大于0.6m³)技术条件》(以下简称“条件”)和《带辅助能源的太阳能热水系统(储水箱大于0.6m³)性能试验方法》(以下简称“方法”)两项国家标准已经通过了专家评定,并将为相关部门规范市场管理提供依据。

规范市场 太阳能热水器国标通过评定

据了解,0.6m³是区分太阳能热水器家用和工程用的分界线。一般而言,储水箱小于0.6m³,主要为家用太阳能热水器;而储水箱大于0.6m³的太阳能热水器,主要用于酒店、宾馆、学校、部队营房、公寓和住宅小区生活用热水及游泳池加热等工程系统中。

据霍志臣介绍,由于体积较大、设计条件要求苛刻,太阳能热水器在工程系统中的应用相对复杂,对设计、给水排水、施工、控制等方面的要求也比较严格。而且,由于之前没有相应的国家标准指导生产和安装施工,部分带辅助能源的太阳能热水系统因设计、安装不合理,而导致太阳能热水系统效率低,甚至系统无法使用的情况时有发生。所以,目前迫切需要制定有关标准来指导太阳能工程市场的发展,为相关部门规范市场管理提供依据。

在规范市场的同时,两项标准的制定还有另外一层考虑。霍志臣说,“条件”中有一条很重要的内容,就是规定在带辅助能源的太阳能热水系统中,太阳能需要占据主导地位,即太阳能在所有能源应用中所占比例应不小于50%。从而明确区分“辅助”和“主导”能源的概念。

据悉,《带辅助能源的太阳能热水系统(储水箱大于0.6m³)性能试验方法》国家标准的制定已列入国家标准化管理委员会会同国家发改委、国家环保部、国家住建部等十六部委联合下发的《关于印发<2008~2010年资源节约和综合利用标准发展规划>的通知》国标工-联[2008]149号中。业内专家预测,两项国家标准将在未来广泛地应用于建筑工程中,如幼儿园、体育场馆、医院、养老院、孤儿院、康复中心、桑拿洗浴中心、休闲会所等。同时也将为太阳能热水工程市场健康有序的发展提供有力的武器,并进一步加快我国太阳能热水工程市场发展的步伐。

记者 朱江华

6月1日起 变频空调能效标准升级

由于巨大的库存压力导致中国空调能效新政一直悬而未决,促使变频空调能效标准升级“已有具体的时间表”。

5月23日,中国标准化研究院能效标识管理中心主任王若虹告诉记者,空调能效新政近期出台,并有望在6月1日起正式实施。

据悉,与旧能效标准的5个等级制不同,新能效标准将缩减到3个等级。新空调入门门槛3级能效相当于旧标准的2级。

与此同时,新能效标准的1、2、3级分别对应3.6、3.4、3.2的能效值;4500W~7000W区间为3.5、3.3、3.1;7000W以上区间为3.4、3.2、3.0。据悉,包括格力、美的、志高等在内的空调厂商纷纷表示,推出的新品均为2级能效以上。一直以来,空调能效新政“雷声大雨点小”,难以落地实施。 记者 朱江华