

蹲点百企看高质量发展·深挖市场潜力⑤

乘势而上,抢抓风口机遇

——浙江企业深挖市场潜力观察(上)

本报调研组

这两年,中国经济呈现出一种消费分级的趋势——

今年五一假期出游人次暴增,多项数据创下历史峰值,但人均消费却不如2019年同期;今年1月至5月,全国新建商品房销售面积36642万平方米,同比下降20.3%,但部分高端住宅依然热销;今年的投资产品最吃香的不再是基金,而是国债,500亿元储蓄国债上市即“秒光”……

我们发现,整个市场似乎有些扑朔迷离,既有效需求不足、部分行业产能过剩,又有“吃喝玩乐”需求旺盛、下沉市场消费崛起的另一面。

这些市场特征的影响不断从需求端向供给端传导。面对复杂多变的市场环境和扩大国内有效需求的新要求,经营主体不断进行尝试与探索。它们有的因势利导,不断挖掘新型消费,以旧换新等新机遇;有的逆势求存,在行业下行和不断竞争中锻造新本领。

近期,我们密集走访了众多浙江企业,深入一线观察企业如何在瞬息万变的市场走势中,寻找新机遇、深挖新潜力、谋求新发展。各种“眼花缭乱”的操作背后,能看到很多企业秉承着一个共性的发展逻辑:乘势而上。

风吹向哪里,市场就在哪里

时代的风不停地吹,当下,新型消费正处于风口。今年的政府工作报告指出,培育壮大新型消费,实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。

端午假期,不论青山绿水间,还是历史古迹旁,不少人会穿上中国传统服装拍照“打卡”,马面裙逐步从小众爱好,走进大众审美。

马面裙的火爆,让海宁市许村镇“热辣滚烫”。位于海宁的天龙布业有限公司,60台提花杆机24小时运转,厂区里里外外堆满各种纱线,展示间内挂满数百种提花面料和成衣,所有生产资料一齐上阵,只为了赶制马面裙。

从海外留学回来的90后王超,从父辈手上接下纺织面料产业,如今已是这家企业的总经理。“2017年,我组建设计团队做马面裙,一直做不起来,当时汉服圈是个很小众的领域,直到这两年突然‘出圈’,这才有了泼天的流量。”王超说。

国风、国潮、国货,其实由来已久,为何这两年爆发?“正确的时间,比正确的事更重要。”王超认为,近年来,随着物质条件日益提升,弘扬优秀传统文化的氛围愈浓,催生了更广阔的文化消费,以“国潮”为切入口的传统文化创意产业应运而生。

在调研中,很多企业都提到“正确的时间”,不同的人有着不同的表述,有人称之为市场热点,也有人叫做创业风口,本质上就是因某种趋势导致目标市

场快速增长的窗口期。

比如兼具科技和生活双重属性的智能家居产业。在嘉兴秀洲区王江泾镇,麒盛科技股份有限公司计划投资11.4亿元建设一个智能床配套数字化电器系统生产项目。两年前的冬奥会上,这家企业的智能床意外走红,被国外运动员“花式”点赞,于是不断扩大产能、扩张市场,去年实现净利润同比增长6.25倍。

“过去我们的市场主要在欧美,如今转战国内市场,旗下舒福德品牌已经布局150家左右的门店,入驻众多高端商场、高端酒店、养老院等场景。”麒盛科技副总经理曹辉认为,这种战略转型正是基于国内市场趋势。

在义乌,看到消费新热点的浙江小龙人袜业有限公司,在市场机遇面前果断出手,开辟智能家居新赛道,开发了探享家系列洗地机。谈及为何切换赛道,该企业总经理方有成认为,智能家居是人工智能、芯片等关键技术的重要应用场景,不仅迎合年轻消费群体的智能化诉求,更有助于激活家居新消费需求。

走访中,类似的案例还有很多。不论是国货潮品,还是智能家居,或是文娱旅游、体育赛事,这些领域正好迎合了当下的消费趋势:消费类型由生存型向兼顾发展和享受型转变;消费方式由传统型向绿色化、数字化转变。

变化,意味着增量,增量中蕴含着大量机遇。当下,新型消费蓬勃发展,打开内需新空间,正是企业抢抓机遇的最佳战场。

旧的不去,新的不来

政策,是孕育市场新机遇的另一大要素。

今年以来,国务院印发行动方案,推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新;浙江积极响应出台若干举措,开展设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、标准提升“四大行动”,不仅有效刺激市场消费,更为企业带来了发展机会。

位于宁波潘火街道的夏邑北路,从富强路到沿线大道段,短短的两公里涌入44家汽车品牌,平均不到100米就有一家4S店,是宁波汽车销售品牌最为集中的区域,每家门店都涌入了大量客户来打听最新折扣和补贴情况。

怎样抓住客户的心?各汽车品牌不约而同瞄准了以旧换新。如路特斯品牌推出了不同的补贴模式,置换车辆享受1.2万元的保险补贴;复购车额外享受5万积分补偿等;鸿蒙智行也有不小优惠,热门车型问界M7和M9享有1万至2万元不等的增购补贴。

“以旧换新政策出台不久,当前观望的客户比较多,但我们已经看到了市场苗头,越来越多的车企在政府补贴之外叠加推出品牌方面的厂商置换优惠,必将撬动汽车消费市场更快增长。”潘火街道相关负责人说。

与汽车市场同样火热的,还有家电卖场。端午前后,浙江苏宁易购联合超过30家家电企业发起以旧换新活动,持续加码的补贴政策吸引了众多消费者涌入门店。据统计,苏宁易购订单同比增长超129%,带动门店客流提升约六成。

“以旧换新,不仅为家电企业打开了市场空间,更提升了消费者家居环境的品质和生活质量。”浙江苏宁易购相

关负责人介绍,“以小换大”“以厚换薄”是目前家电市场换新主流趋势,更新换代后用户体感更强,功能性换新趋势明显。

以旧换新不仅能从存量中产生增量,让投资和消费统一起来,还能打通“生产—消费—再生产”的循环体系,催生更多市场机遇。

我们在调研中发现,这个趋势已经出现。比如,如何借助这一轮以旧换新政策,激发旧货交易蕴藏的巨大潜力?许多企业早已摩拳擦掌——

在全国铅蓄电池重要生产基地湖州长兴,一个围绕电池回收的逆向物流平台“铅蛋”已经搭建起来。“对于普通人来说,这属于危险废物,但在旧货市场,它能成为一个大产业。”“铅蛋”平台相关负责人说,处理废旧铅蓄电池30万吨,可以产出约20万吨再生铅,并回收塑料和废酸等。

作为连接消费者和商家的平台企业,闲鱼正构建一个品类更全、交易更畅通、用户规模更大的闲置交易市场,如拓展更多旧货回收类目,包含以旧换新政策中着重提到的家电行业,提升回收门店的数量,把线下与用户直连的触角布得更广更深。

不论是执行以旧换新相关政策,还是搭建平台畅通以旧换新渠道,政策环境的确定性都是当下这些参与者探索市场最重要的依据,更是在竞争激烈的市场中脱颖而出的最大底气。

据统计,今年1月至5月,浙江汽车累计上险量64.01万辆,同比增长6.84%,全省家电累计销售额194.2亿元,同比增长4.21%。同时,浙江国三汽车报废更新申请量迅速攀升,6月以来日均申请量达250单至300单,累计申请量超6600单,以旧换新政策红利正在转化为市场活力。



今年端午小长假期间,杭州以举办西溪国际龙舟文化节为契机,激发文旅消费新活力。

本报记者 董旭明 魏志阳 拍摄 杨峰青 摄



2024年4月,第四届中国国际消费品博览会在海南开幕,国货潮品展区人气火爆。图

视觉中国供图



政策利好等因素正撬动汽车消费市场增长。图为6月8日,2024CMS杭州车展,鸿蒙智行全系车型亮相。

视觉中国供图

专家观点

三个关键词 助力拓市场

卓勇良

想要真正了解市场,就得亲身走进市场。我前些天重返幼时住过的宁波市江北区庄桥镇,街上一间异常文青的“沐青轩”吸引了我。这是一个青瓷院落,有青瓷、书屋、咖啡吧、设计吧等门店。青瓷店正在接待10来位三四年级小学生,创业女孩在向同学们讲解哥窑和弟窑的故事。

“这店能赚钱吗?”我不无唐突地问正在整理龙泉青瓷的店员。“青瓷以机构购买为主,讲解是免费的公益活动,陶艺收费,销售还行。”店员耐心地回答我。我原本以为这些小店难以自我维持的想法,实例证明错了。

像“沐青轩”这样精准瞄准需求,灵活手段经营,或可简称“精灵”策略。又比如我家小区外一家小超市,现店主3年前接手,压缩经营面积,增加热销产品,价格灵活。虽然艰难,但经营还行;一位朋友家的洁具企业,其中台盆中高端下水器年产1500万套,占全球市场70%左右,“精灵”策略令他们在激烈市场竞争中取胜。

技术是一个关键,独家“秘技”是创业制胜的法宝。

远古超传有限公司负责人曾不无自豪地向我介绍公司的专利技术。一般的远距离光纤传输效率仅20%左右,一天只能传20Tb数据,据说一些机构干脆通过快递公司用硬盘传输海量数据,反而更快更便宜。远古超传的远距离,低延时和高吞吐量的数据传输技术,效率90%以上,一天能传输100Tb数据,公司创办一年多,接了不少测试项目,已签下大单。这一技术适应AI时代数据传输需求,应用范围广,具有非常好的前景。

服务是一个重要手段。不少企业已进入服务提升价值的转型时期。经营服饰等产品的嘉兴雅莹集团长期主打服务,他们用近6年时间把西部的牧民、合作社和东部的企业串联起来,标准化收集、清洗、分拣牦牛绒,提高原料利用率,提高收购价格以激励当地牧民积极性,稳定和增加货源,实现了销售扩张。

无论在何种情况下,均需出奇兵方能更好地生产经营和扩张销售,这是深挖市场潜力的根本。在当下,“精灵”策略、技术和服务这三个关键词,对于企业非常重要,可谓是抢占市场的宝典。

(作者系浙江清华长三角研究院新经济研究中心主任)

从卖产品到卖服务

产品还是那个产品,怎么创造更多价值?从消费趋势来看,好产品只会越来越便宜,好服务却在不断增值。调研中,我们发现,这是很多企业一直在探索的问题,它们将目光不约而同地投向了制造业与服务业的深度融合。

钢板切割,火花飞溅,这是制造业最常见的场景。但嘉兴云切在线科技有限公司做了一个钢板切割“相亲网站”,把整个行业内的钢板切割需求发布在一个平台上。

制造业和服务业碰撞,所产生的巨大市场潜力,在云切展现得淋漓尽致——在这里,四台液晶显示器悬空而挂,订单数据、客户情况、产能分布等大数据实时更新,网罗了长三角多地制造加盟商的钢板切割设备运行情况。50人左右的团队,百来台电脑,既没有产业工人,也没有切割机,却服务着全国上千钢板切割企业,年销售破亿元。

云切副总经理钟劲松说,钢板切割是机械行业常涉及的环节,但存在材料利用率低、设备稼动率不高等情况。通过云切共享平台,把多品种、小批量、个性化定制的订单汇集在一起,材料利用率可提高超10%,设备稼动率可提升29%以上,客户切割成本降低22%,惠及产业链上下游。

两业融合,并非简单地提供增值服务,而是创造出更多价值和全新场景。从卖产品到卖服务,很多浙江企业找到了“另一片天空”。

在乐歌人体工学科技股份有限公司,我们意外地发现,这家凭着智能升降桌一炮而红的企业,如今营收最大增长点居然是以海外仓为基础的仓储物流服务业。

由于乐歌产品多是中大件,随着出口销量攀升,仓储和物流成本持续

高企,最终决定自己在海外建仓。疫情暴发之后,国际物流受阻外加剧跨境电商井喷,海外仓成了香饽饽。“一边自己出海,另一边帮别人出海,乐歌打开了一个全新的市场。”乐歌海外仓总监季晓峰说。

同样,在用笔书写习惯减少的背景下,贝发集团不仅向文化创意等领域延伸,开发人工智能笔、食品级墨水马克笔、高端文创礼品笔等,更从“一支笔”转向“一条链”,拉着产业链上下游伙伴一起拓展市场。

“市场要靠大家一起做起来。”这已然成为贝发集团董事长邱智铭的一句口头禅。对此,贝发打造了面向企业用户的“库商城”,把全球范围内的文创产品制造企业、经销商等拉进群。产业链伙伴有创意想法,贝发有柔性制造技术,双方一拍即合,把一个个天马行空的创意转变成标准化的产品并推向市场。

市场的火花,就是不经意间在跨界融合中绽放。“两业融合,不仅是浙江制造业竞争优势的新路径,更是制造业企业深挖潜力的必经之路。这种趋势是不可逆的,任何行业都无法抵御服务化颠覆。”省经信厅相关负责人表示,随着行业竞争加剧,以传统交付产品为主的制造业,已逐步面临发展瓶颈,需要通过满足客户全方位的价值需求来打开新的机会窗口。

今年5月,浙江出台服务业高质量发展30条措施,提出打造全球新兴产业科技高地,重要举措就是促进服务业与制造业融合,在制造等领域形成一批垂直应用场景。截至目前,浙江已累计创建省级服务型制造示范企业(平台)531个,成功创建国家级服务型制造示范企业(项目、平台)73家,数量居全国首位。

(调研组成员:王世琪 金梁 朱承 全琳琨 孙一鹏 执笔 金梁)



智能床生产企业麒盛科技生产车间一角。

受访者供图