

最低售价降至2000元 2020年或迎来“换机潮”

年底5G手机频频亮相

□ 本报记者 王洋
时至年末,各大手机厂商迫不及待地抓住2019年的尾巴,纷纷推出新款5G手机。记者了解到,由于近两个月来5G手机的密集发布,价格方面也显得“平易近人”,不少消费者都准备趁此换新。这让2020年被业内誉为“换机潮”关键年,有业内人士认为,5G手机价格不断下探,会对其普及起到进一步的推动作用。

5G手机扎堆发布

“5G肯定是未来的发展趋势,新技术的出现让我忍不住想‘剁手’。”宋明明是一位数码产品发烧友,在观望了一阵5G手机市场行情后,她于近期预约了一款小米K30 5G版,售价仅为1999元。宋明明告诉记者,性价比是他人手这款产品的重要原因。

此外,记者在不少论坛和网店评价中看到,有不少年轻消费者对5G手机充满期待,他们大多表示“购买5G手机是为了走在别人前面”。

从消费端追溯到产业上游也不难看出,年底5G手机扎堆发布也为消费者提供了更多新选择。11月26日,有“5G标杆”之称的荣耀V30系列手机正式亮相;12月10日,小米K30 5G版发布,最低售

价1999元;12月26日,OPPO发布了首款5G手机OPPO Reno3 Pro……有消息称,中兴、小米均提出明年将推出至少10款5G手机,Vivo至少推出5款5G机型。同时,也有产业链消息指出苹果明年发布的5款新品中也将有4款为5G机型。

值得注意的是,手机厂商在年末的发力也取得了一定的成效。中国信通院数据显示,11月份国内5G手机出货量达507.4万部,环比提高103%,5G手机渗透率高达15.2%,较前几个月有大幅提高。

价格下调推动普及

2019年被誉为5G元年,从第一部5G手机的诞生,到如今的百家争鸣,5G手机的价格也在一路下探。从三星最早推出的近8000元的Galaxy Note10+,到前不久打破了5G最低价格的1999元的小米K30,5G手机价格下降的速度要远比当初电信分析师预计的快得多。就在今年年初,还曾有电信分析师称,预计明年三四季度,5G手机价格才会跌至2000元以下。

那么,5G手机迅速降价,会对行业产生哪些影响呢?小米中国区总裁、红米品牌总经理卢伟冰在接受记者采访时表示,



终端的快速普及将带动5G市场的普及。在卢伟冰看来,当今5G发展面临四大挑战,即终端贵、资费贵、网络覆盖少,没有杀手级应用。“前段时间有论调称‘5G唯一的功能就是测速’,很多人在说5G没有用,但我预判,5G的杀手级应用三年内一定出来,现在最主要的问题是用5G手机的人太少了。”卢伟冰对记者说道。

在谈及如何解决这一问题时,卢伟冰认为,切入点和抓手就是终端的快速普及。“尤其是适合5G场景的应用没有兴起的时候,终端快速普及及没法通过应用带动

手机,而一定是通过价钱。所以先通过价格让手机普及,然后出现应用,再让应用带动手机。”

据卢伟冰介绍,中国手机市场已经连续三年出现了下滑,要让市场实现逆转,不是通过5G这个功能实现,一定是通过5G的应用。应用成熟之后,资费才能下调。所以,最终5G能否兴起是由应用决定的,应用牵引,才能让终端、设备、资费下来。“我觉得5G用起来的前提,一定是终端先普及,终端先行。”卢伟冰如是说。

和晚市,但火锅外卖的高峰期似乎更多集中在晚上。海底捞的火锅外送运营到深夜2点才结束,淘汰郎方面也同样是运营到深夜两点结束。但让人意外的是,大多数门店,火锅外送时间集中在晚上10点到10点半就结束了。

一位在呷哺呷哺上海长寿路店上班的员工说,呷哺呷哺的外卖只送到晚上10点,店员在12点也要下班了。“我们这边深夜时间,无论是饿了么还是美团,外卖骑手很少接单了,跑夜很少,白天也要上班。”显然,面对消费者夜宵需求的增长,如果营业时间延长,很容易成为一家火锅店外送服务的特别优势。

此外,火锅外卖发展至今,已进入下半场盈利阶段,但业内人士普遍表示,火锅外卖要想做好,在食材保鲜、配送方式、性价比及营销思维上要有亮点:火锅对于食材的要求相对其他品类要高,赢得过程能保持最新鲜状态的食材,是赢得火锅外卖市场的秘诀。此外,要想在火锅外卖中赢得先机,就要有“把产品做到极致”的决心,在食材供应、价格定位、配送模式、品牌营销上形成自己的独特优势,善于分析外卖人群的消费特征,了解外卖消费者的真正需求,才能成为火锅外卖中的人气品牌。

(综合)

《中国外卖产业调查报告》显示 外卖生意很红火

近日,美团研究院和中国饭店协会联合发布了《中国外卖产业调查报告》。《报告》显示,在2018年交易额4613亿元的基础上,2019年外卖规模预计达到6035亿元,增幅将达30.8%,外卖产业的快速发展为整个餐饮行业注入了新动能。

市场规模持续提升

数据显示,2019年前三季度,我国外卖产业交易额分别为1200亿元、1430亿元、1790亿元,第三季度环比增长25.2%。与此同时,外卖订单量也持续上涨。以美团外卖为例,第三季度,美团外卖日均订单量达2680万单,同比增长38.1%。订单量的持续增长表明,外卖在消费中的作用进一步凸显,且外卖市场仍有巨大的增长潜力。

随着市场规模的持续快速增长,外卖产业的渗透率持续提升。2018年,我国外卖产业的渗透率为10.8%,到2019年第三季度,外卖产业的渗透率提升至15.9%。预计,2019年全年外卖产业渗透率将达14.2%,相比2018年提升3.4个百分点。

从消费品类情况来看,餐食仍是外卖订单的主要消费品类。基于餐饮外卖用户习惯养成的同时,又催生出很多非餐品的配送场景和需求。如今,随着配送效率的不断提升,外卖服务已经从餐饮美食外溢到生活超市、生鲜果蔬、鲜花绿植、美妆、日用品、服饰鞋帽和母婴产品等多个生活场景,甚至实现了全时段配送服务。通过外卖满足甜品和水果等日常性需求、蛋糕和鲜花等节日性需求,也正在成为国民新的消费习惯。

夜经济是城市活力的晴雨表。在外卖品类越来越丰富、配送越来越快捷、商户主动延长营业时间等因素的共同作用下,外卖消费时间已经从午高峰和晚高峰向全时段扩展,夜间消费订单占比明显提升。以2019年前三季度来看,美团18时至次日6时的订单量占全天订单量的35.2%。

从餐饮向非餐饮跨越,是外卖产业快速增长的重要原因。中国连锁经营协会副秘书长王洪涛分析认为,得益于技术的升级和多场景跨越,餐厅信息、评价及交易不断迁移到互联网和手机端,让越来越多的新消费需求变为可能,共同推动了外卖产业发展壮大。

生态边界不断扩大

“近年来,在技术发展和消费升级态势下,外卖正在从一个新模式升级为新业态。”美团研究院院长朱有为分析说,外卖正从餐饮的“线上渠道”升级为餐饮企业提升经营能力的必要手段。

比如,对于庆丰包子铺、护国寺小吃等这样的中华老字号品牌来说,上线外卖服务并非易事。

“护国寺小吃向来以店食为主,一开始对互联网外卖这种新业态保持非常谨慎的态度。直到不少年轻人打电话咨询能不能送外卖,才选择上线外卖服务。”北京华天京韵护国寺餐饮管理有限公司总经理曹淑琴告诉记者,开展外卖业务带来的最大惊喜就是拓展了门店的覆盖范围,挖掘了很多潜在用户。据统计,护国寺小吃外卖在营收占比从最初的2%左右,已增长到12%。

外卖产业在快速发展中,也呈现出不少新趋势。比如,合理的膳食搭配就是其一。据统计,2019年前三季度,美团外卖轻食订单量同比增长102%,轻食作为一种健康饮食方式正受到越来越多消费者的欢迎。

“经过多年发展,外卖正成为全时段、跨品类的消费场景,为餐饮和零售行业带来红利。”朱有为表示,外卖以用户的即时洞察为核心,以大数据为驱动,围绕着本地生活服务平台打通线上和线下消费场景,线上实现交易闭环,线下通过即时配送完成履约,从而为更多用户提供从需求发起商品验收的一站式服务。

行业潜力仍待释放

外卖产业的持续快速增长,不仅方便了民众生活,也推动了我国餐饮产业线上线下融合,拓宽了消费应用场景,创造了以外卖骑手、外卖配送站工作人员、外卖配餐人员、外卖运营规划师、线上餐厅装修师为代表的大量就业机会,为我国餐饮行业发展注入了新动能。

“可以说,我国外卖产业新业态发展仍有很大潜力。”王洪涛表示,一方面是因为我国的市场很大,特别是下沉市场还有很大发展空间;另一方面是随着互联网技术的发展,外卖会逐渐实现智慧化、个性化、专业化,这将是一个巨大的消费增量。

一组数据也充分印证了这一观点。据统计,目前,外卖用户数量只占网民用户总数的49%,接入互联网餐饮服务平台的餐厅只占我国餐厅总数的40%左右,不少中西部和三四线城市的外卖业务才刚刚起步。

随着竞争日益激烈,获客难成为困扰很多餐饮企业的一大难题。业内专家表示,餐饮企业要畅通线上线下渠道,整合线上线下资源,打造覆盖更多场景的整合营销方案。

(经报)

明年火锅行业收入将超万亿元

火锅经济推动火锅外卖 从食材到锅具、炉子都可配送

冬天吃火锅,成为不少好友聚会的优选。时下,许多火锅店也支持线上外卖了。只要动动手指,热腾腾的火锅外卖就会送到家。

明年火锅行业收入将超万亿元

北京三里屯附近的中国红街素有“火锅一条街”之称,对于很多市民来说,火锅是冬日里的必备美食。最近随着气温骤降,各个店铺人气也越来越旺。

冬入夜之后,才是“火锅一条街”最热闹的时候,不少火锅店目前仍然会营业到凌晨三四点。“一直想到网红火锅店打卡,拿号排了一个小时都没等上位子。”专程到三里屯吃火锅的王先生感叹,周日晚上的大风也抵挡不了食客的胃。一家火锅店的工作人员告诉记者,这几天天儿凉,来吃火锅的人越来越多,特别是到了晚上,排号等火锅的人比夏天多了不少。

我国中式餐饮市场高度分散,主要分为中式正餐和中式快餐两大类。火锅属于中式正餐。

如今,火锅这个市场已经成为餐饮

业的最热赛道。作为餐饮行业份额老大,火锅品类近三年仍有持续攀升趋势,数据显示,到2020年,全国火锅行业收入将超万亿元。

从堂吃到外卖 吃火锅不受场景限制

尽管消费者总愿意为吃火锅大排队,但面对外卖行业的发展,不少商家将目光也投向了火锅外卖。

上海四川北路壹丰广场的海底捞,就只做外卖服务。工作人员表示,海底捞的堂食与外卖业务是完全分开的,平时排长龙的门店并不提供外卖服务。“外卖是海底捞的独立部门负责的。”

人们在饿了么、美团等平台下单的海底捞火锅外卖,就是从专门外送店送出的。这样的一家外送店,一个月的线上销售量在200多单左右。与堂食的价格相比,外卖的大部分基本菜品都要贵1—2元。值得一提的是,海底捞的火锅外卖并不主动提供锅具,但客人可以向海底捞外送店租用,一套锅具使用费50元一次,吃完后由海底捞上门回收。

与此不同,呷哺呷哺不提供锅具和炉子,只提供外送生食和麻辣烫式的熟食。而让客人不受场景限制,随时随地吃火锅,则是主打火锅外卖的淘汰郎集中经营的市场。淘汰郎的做法是,以高性价比推出88元特惠火锅套餐,其中包含39元锅具和燃油罐一套,相当于在吃火锅的同时,购买了一套简易锅和炉子。

不仅有传统火锅企业开通外卖服务,就连生鲜电商也难敌火锅外卖的“诱惑”。早前,盒马宣布开卖火锅,在全国20多个城市的170多家门店全面上线火锅,开卖椰子鸡火锅、冬阴功火锅、羊蝎子火锅、潮汕牛肉锅等特色单品火锅,单品高达1000多种,满足到店用餐的同时,依托盒马即时配送体系,火锅外卖30分钟内即可送达,价格却是火锅店一半的价格。盒马负责人认为,“我们希望老百姓不仅能在盒马吃到火锅,更重要的是在家里也能方便地吃到干净、高性价比的火锅”。

门店10点关门 消费者想吃“深夜食堂”

火锅门店营业高峰期虽然分午市

夜间经济是城市活力的“晴雨表”,外卖给夜间经济带来的升温作用不容忽视。在外卖品类日益丰富、配送越来越快捷便利、餐饮商户主动延长营业时间等多种因素的共同作用下,外卖消费时间已经从午高峰和晚高峰向全时段扩展,夜间消费订单占比明显提升。美团研究院数据显示,2019年前三季度,包括美食、生活日用品、生鲜果蔬等在内的美团外卖夜间订单量(晚18时至凌晨6时)在全天订单量中的占比达到35.2%。

与此同时,在居民聚集的生活区域,发展餐饮外卖等“互联网+”生活服务,在满足市民夜间消费需求的同时可以大幅降低扰民噪音和路面拥堵,扩大传统夜间经济的服务范围,把方便快捷的夜间服务直接送到消费者家中。

(综合)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局

开展药品、疫苗法规培训

为加强新修订的《药品管理法》和新颁布的《疫苗管理法》的宣传贯彻工作,保障药品疫苗质量安全,12月13日,丰台区市场监督管理局联合丰台区卫健委召开“两法”培训会。丰台区市场监管局的市场监管所和相关业务科室、丰台区疾控中心、丰台区卫生监督所及丰台区涉药企业共计200余人参会。培训会上,首先由北京市药监局“两法”宣讲团专家详细介绍了《药品管理法》修订背景和《疫苗管理法》的立法背景,就《药品管理法》重点条款问题、《疫苗管理法》重点条款以及疫苗生产现场检查要点三个方面作了解读,理论结合实际,内容丰富,既有法律法规的高度,又有实践案例的维度,为参会人员提供了一堂深刻且“接地气”的知识培训。

(赵洁)



冬日里“暖经济”热

气温骤降,热气腾腾的美食成了浙江宁波不少市民就餐的首选。一些人气旺盛的火锅店,周末晚间往往一座难求。“吃完火锅,全身上下都暖暖的,散个步回家正好消食。”市民王先生告诉记者,一到冬日,除了在外吃火锅,自己家里也常常会自制火锅,吃点热的暖和暖和。

记者走访各大超市,在速冻食品区,发现了不少商家推出的自制盒装羊肉卷。“为了方便一些需求量少的市民,这类包装好、称好重量的速冻羊肉卷更适合家庭火锅。”一名超市服务员正在整理速冻火锅丸子,各式丸子的销量也伴随着羊肉卷一起上升。

除了自制家庭火锅,一些自热的速食也在年轻群体中流行,冬日里自己动手烧饭,尤其是刷锅洗碗,无异于一道酷刑。豆豆是一名银行职工,忙碌了一天回家,她更喜欢选择自热火锅,不用洗菜洗碗,十分省事。

而辽宁沈阳的张先生则在冬日见证了外卖夜经济的繁荣。“晚上十点多,我把外卖APP打开找到夜宵频道,扫一眼吓一跳,附近有不少美食外卖店,订单量

都挺大的,看起来生意兴隆。”张先生说,他本以为冬天冷,尤其是夜里,大家都在“猫冬”,没想到外卖让他看到了一片“新天地”。

其实,对于外卖平台上经营夜宵的商家来说,张先生的这一份外卖订单在时间上一点也不晚,夜里10点、11点正是夜间餐饮消费的高峰时段。以沈阳财富中心周边5公里范围内的夜宵餐饮店为例,在夜里10点左右仍在提供外卖服务的餐饮店数量超过1900家,其中炸鸡汉堡类将近500家、热门小炒类400余家、龙虾烧烤类300多家、粥面饺子馆近300家,其他还有麻辣烫、火锅、香锅等美食店。

在外卖平台上,海鲜、烧烤类是夜间订单量大于日间订单量的外卖品类,即便天气寒冷,后半夜到店就餐的客人稀少,但借助外卖平台的配送服务,仍有不少海鲜烧烤店营业至清晨。“我们分白班和夜班两个班,白班的营业时间从上午9点半开始,夜班的下班时间是清晨5点。一直到早上5点,都可以叫外卖。”东纬路大尚龙虾相关负责人这样告诉记者。

外卖小哥“送”出6000亿元市场

近日发布的《中国外卖产业调查报告》显示,2019年中国外卖规模预计将达6035亿元,同比增长30.8%,相当于每个中国人在外卖上消费了430多元。如今,从一线城市到中小城镇,“外卖小哥”的身影几乎随处可见,人们足不出户可享受种类丰富的美食。一个6000亿的外卖市场正是中国社会悄然转型的生动注脚。

用手机点个外卖,热气腾腾的饭菜很快送达;下厨缺少材料,新鲜的烹饪食材马上送来;身体不适,一小时内就会送药上门。这样的生活场景,对很多人来说早已不陌生。而在10年前,这些情景都难以实现。受益于中国移动互联网的大范围普及和科技水平的升级,餐

斤信息、评价及交易逐渐实现多场景跨越,这让外卖的市场需求得以开始释放。在消费需求的带动下,外卖行业规模不断扩大,发展空间持续拓展。据《2018外卖骑手群体洞察报告》,从2013到2018年,部分地区骑手数量增长31倍;2018年,美团外卖骑手有270万,饿了么注册骑手超过300万,外卖从业人员规模也在进行横向拓展,从餐饮延伸至零售,致力于构建整条生活服务产业链。生鲜果蔬、鲜花绿植、生活超市,均成为新的外卖消费场景。外卖已经渗透到普通人生活的方方面面,日益拓展的消费场景让“万物皆可外卖”正在成为现实。

实现从商户到用户的跨越,还要让

外卖小哥跑得更“快”,跑得更“准”,提高配送效率。当新订单产生时,系统基于大数据和人工智能算法,综合考虑骑手位置、送餐路径等因素,实现订单的最优匹配。比如,饿了么构建“全链路数字化”体系,美团推行“实时智能调度系统”。据统计,2019年上半年单均配送时长为29分钟,而在2016年,这一数字为38分钟。如今,外卖平台试水无人配送,“无人配送车”已然亮相,更加高效便捷的外卖配送让人们获得更加贴心舒适的服务。

伴随居民消费不断升级,外卖市场将会不断拓展,人们生活更加舒适便捷,也将会创造更多新的经济热点,释放更多的消费潜力。

(赵壹晨)

昌赣高铁赣州西站正式投入使用

12月26日上午8时15分,随着赣州开往南昌的G5034次列车缓缓启动驶离赣州西站,标志着赣州西站站房正式投入使用。

赣州西站位于江西省赣州市凤岗镇,2018年3月开工,一期总建筑面积91573平方米,站场规模4台8线,是江西省第二大高铁站房,也是国家《中长期铁路网规划》“八纵八横”高速铁路主通道中京港通道与厦渝通道的交汇点,未来昌赣、赣深、厦昆、成厦、赣韶等诸多高铁线均将在此交汇。

刚进站的旅客,纷纷赞叹赣州西站站房美观大气、有文化特色。中铁建工集团赣州西站项目经理李静指着进站门斗介绍说:“这个地方,我们吸

收了客家围楼人字坡屋脊加窗的设计形象,表示多幢建筑围合在一起,体现了客家团结对外的合作精神。”

赣州位于江西的南部,俗称赣南,是全国著名的革命老区,同时还是毗邻闽粤赣三省客家南迁第一站,属于客家聚居的大本营,900多万人口有95%是客家人。李静告诉记者,赣州西站项目部以“红色故都,客家摇篮”为文化主题定位,将赣南苏区丰富的红色文化资源与灿烂客家文化精心融入到了站房装修设计中的每一个细节。

项目总工程师刘运动介绍,赣州西站项目自开工建设以来,运用BIM技术成功解决了钢网架提升、正立面空间桁架双曲面幕墙、雨棚异型混凝土结构

三大施工难点,获得行业内一致好评,高峰期1200余名工人奋战一线,4个月内保质保量完成了8000吨钢材、18000吨钢筋、6600多个焊接球的钢结构施工任务。

据了解,昌赣高铁通车后,南昌至赣州间的铁路旅行时间将由当前最快4个多小时缩短至2小时左右,并将形成以江西省会南昌为中心、覆盖全省主要市县的“1.5—2小时交通圈”,以及辐射粤、闽、湘、浙、沪、皖、鄂等周边省市及城市群的小时生活圈。昌赣高铁的开通拉近了南昌到赣州的时空距离,成为江西真正意义的南北大通道。

(戴荣里 杨德正)