

# 共享经济盘点 作别野蛮生长

58同城、安居客发布《2020年家居行业趋势报告》

## 新一二线城市 或成装企主战场

1月10日,58同城、安居客发布了《2020年家居行业趋势报告》,对家居市场相关政策及重要数据进行全面梳理和解读。报告数据显示,我国人口和人才政策正在不断为家装行业带来活力,新一线及二线城市的潜力也在不断凸显。据专家预测,今年新房精装楼盘的比例或将达到60%,随着房屋回归居住属性,未来消费者对改善型住房的需求将持续扩大,也将进一步带动、拓展家装市场。

### 135条政策为家居行业添活力

2019年,家装行业经历了重重洗牌,家装产业也逐渐告别了卖方市场的粗犷发展,进入了客户价值驱动的买方市场。在此环境下,装企面临着巨大的生存压力。2020年,装企该如何构建自身竞争壁垒,实现进一步的突围?据58同城、安居客发布的《2020年家居行业趋势报告》显示,2019年1月-10月期间,我国共发布了135条相关人口人才政策,一线城市及新一线城市、二线城市与三四线城市均有涉及。除人口人才政策外,《2020年家居行业趋势报告》中还指出,土地制度改革也将对家居家装行业有较大影响。业内人士分析,2019年以来人口人才政策逐月增多,发展方向也愈来愈细化,为新一线、二线城市的购房市场带来了极大活力,由此家装市场也将迎来一批新势力。“除此之外,未来我国上游土地供应将会出现较大变化,下游的家装企业可适当改变策略,对土地制度的改革做出有效应对。”业内相关人士称。

### 新房精装比率攀升至近30%

据奥维云网的数据显示,2019年上半年,全国共开盘1448个精装修/全装修商品住宅项目,毋庸置疑的是,精装房已全面上位。而据58安居客房产研究院数据显示,2019年之后,房地产市场中毛坯房数量逐步下降,新房精装楼盘数量比率逐年上升,并在近三年的时间里,从3%攀升至近30%。预计2020年精装修比率将会攀升至60%。据不完全统计显示,2019年上半年,精装房的部品情况:建材、卫浴与厨房部品配置已上升到96%;电器的配置率也达到了95%,智能家居的配置率增幅达到36%。一方面,随着精装房的交付量增加,所占新建商品住宅的比例也将继续上升,同时,这种现象会从一二线城市逐渐向三四线城市渗透;另一方面,精装房的配套部品种类在扩大,以往是涂料、地板、橱柜、门窗等,而现在逐渐增加了智能家居等类别。

### 新一、二线城市家装花费追平一线城市

《2020年家居行业趋势报告》中显示,截至2019年11月27日,我国土地出让规划建筑面积的前十位城市均为二线城市,与销售面积靠前的城市名单高度重合。

在好好住APP与好好住家居研究院联合发布的《2019中国城市家庭居住报告》中显示,新一线、二线城市家装实际花费,已与一线城市基本持平,均在22万左右。城市家装消费也走向了整体升级。好好住创始人兼CEO冯骥表示,城市家装消费的整体升级,一大重要内涵是,各大城市家装消费的升级与家装消费主力军需求的提升。

“对下游的家装市场来说,需要装企调配好营销资源、产品资源,不断提高自身的创新力与硬实力,重点关注具备较强市场竞争力的新一线城市。”一位不愿具名的装企负责人表示,现在家装市场的焦点不是企业之间的竞争,而是当消费者的核心需求发生变化时,装企的核心竞争力还未随之调整。

当下,多数家装建材企业还在“能为消费者提供什么”的问题上存在一定的不确定性,2020年,对装企来说,提升自身软硬实力或将成为刚需。

### 满足“家装新消费”“硬核”赢取市场

根据2019年11月发布的《2019中国城市家庭居住报告》,随着85、90后逐渐步入适婚年龄,对住房需求大大增加,因而他们也成了家装消费主力军。其中,90后以两口之家为主,85后以已婚有娃为主。相比上一代,面对居住,他们更愿为“品质装修”买单。他们有别于以往客户,他们追求品质、讲究格调,注重个性化的彰显。为了适应这样的新变化,家装行业也必须根据市场的需求,朝着更加多元化的方向发展。业内人士表示,根据用户需求比例来看,目前装修市场大概分为50%的二手房交易买卖客户,30%的二手房翻新客户以及20%的新房客户,未来这样的趋势还将延续。梵客家装、爱空间、今朝装饰等企业,目前已将二手房装修、老房翻新等业务放在了重要的战略位置。

本报综合消息



从几年前的野蛮生长,到2019年的转型、降温,国内共享经济在短短一两年的时间内就经历了冰火两重天的真实体验。

据网经社“电数宝”投融资数据库监测显示,2019年全年,共享经济市场融资总计6起,融资金额7.5亿元人民币。而这组数据与2018年共享经济市场16起融资、21.7亿元人民币的融资金额相比,弱不胜衣。

日前,网经社(100EC.CN)发布了2019年中国共享经济十大动向,涵盖网约车、共享办公、共享充电宝、共享单车、共享住宿等多个行业。这其中,共享单车行业重新洗牌、共享汽车平台倒闭、相关部门监管趋严等新闻,最值得我们回味。

## 没落、更名、崛起 共享单车行业冰火互现

不论从融资数还是融资金额上看,2019年共享经济的融资水平平均与2018年相比大幅缩水,整个行业正经历着有史以来最严酷的资本寒冬。在这一点上,微观层面表现最为明显的,是与我们日常生活息息相关的共享单车行业。

经历了残酷的市场竞争之后,共享单车行业在全国各地留下了为数众多的共享单车“坟场”。这些大小不一的坟场见证了资本大规模涌入后平台之间的恶性竞争和资源浪费,也用事实证明了这些平台违背了共享经济最初诞生时的初衷。

在大浪淘沙之后,每个平台都以各自的方式结束了自己在2019年的使命。2019年年初,美团联合创始人、高级副总裁王慧文在内部信中表示,未来摩拜单车品牌将更名为美团单车,美团APP将成为其国内唯一入口;

岁末年终的12月6日,多个渠道的消息源表明,ofo在2019年年底裁员超50%(据天眼查相关数据显示,目前ofo人员规模已不足百人)。而与此同时,后来居上的哈啰单车、青桔单车(滴滴)也为共享单车行业未来的比拼、对弈预留了巨大的想象空间。

正如网经社分析师陈礼腾所说的那样,共享单车的资金问题以及市场策略的失误导致一些单车企业最终的失败,而随着资本热潮褪去,共享单车的发展迎来了巨大的挑战。事实上,长远来看,共享单车的发展,既是对国民素质的考验,也是对地方政府责任意识、响应能力的考验,同时也是对相关企业运营能力的考验。共享单车企业要想获得长足的发展,需要放弃前期的发展模式,重新审视市场发展规律,进行必要的战略调整。

## 跑路、倒闭、洗牌 共享汽车如何走出低迷

在一些业内人士看来,共享汽车的出现,可以说比很多汽车品牌都早,但一直不温不火,难成气候,这其中或许有什么经验教训值得总结?

事实上,在过去的几十年间,与共享汽车行业相关的各种模式都先后退出了历史舞台,甚至是1999年在美国出现的分时租车鼻祖Zipcar,也在2013年难逃被收购的命运。为此,有业内人士认为共享汽车能不能玩好,貌似和发达国家与否、经济强大与否没什么直接关系。

2019年1月,小桔车服宣布启动共享汽车开放平台;3月,滴滴再次升级其旗下的共享汽车业务,并将其作为小桔车服的主要发展方向;6月,戴姆勒旗下的共

享汽车品牌car2go正式退出中国;8月,消息爆料称立刻出行“跑路”,无车辆可用,押金无法退还,此外,途歌、盼达用车、众行evpop等也疑似出现了经营问题,用户押金无法退还……

陈礼腾认为,共享汽车作为重资产、重运营、重营销的产业,要求有雄厚的资本、先进的技术和管理能力。共享汽车资产之重,主要支出还是在于汽车的成本上。现有的共享汽车平台多是B2C的运营模式,汽车均为重新采购而非闲置的车辆,加上其他运营成本以及维护成本,还要面临对手的竞争,这些因素最终导致共享汽车平台迟迟难以盈利。

## 制度、监管、趋严 共享经济行业将逐渐规范

长期以来,国内共享经济的发展主要取决于背后资本的推动。随着2019年各项监管政策的出台,共享经济行业也逐步向更规范、科学的方向发展。

2019年5月,交通运输部、人民银行等六部门联合印发的《交通运输部新业态用户资金管理试行办法(试行)》规定,强调了包括共享汽车等行业原则上不收取押金、对用户资金管理进行详细规范等。

2019年11月28日,北京市市场监督管理局发布《关于加强预付式消费市场管理的意见(征求意见稿)》等7份文件,旨在针对预付式消费市场加强规范,其中不乏涉及共享单车、网约车等在内的交通运输新业态的监管措施。

“共享经济实际上是对创新、协调、绿色、开放、共享发展理念的具体实践,尤其是对我们这个人口众多、资源相对缺乏的国家来说,也是一种绿色发展的重要

途径,具有重要的现实意义。”长期致力于生态环境和绿色发展研究的科技工作者张兴赢说,“当前我国经济面临下行压力,共享经济则有望成为重要的增长动能之一。”

据张兴赢介绍,2018年,我国共享经济的交易规模达到29420亿元,比上年增长41.6%。但是作为一种新经济业态,共享经济也在发展中遇到了诸多问题,“比如,现有监管模式难以适应新业态发展需要,相关法律法规和政策制度监管滞后问题凸显,数据流通共享仍存障碍,政府各部门、共享经济各领域、各行业信息孤岛现象依然存在。”

业内人士认为,监管部门需要创新监管方式,善于利用大数据、云计算等技术,构建数字化的监管体系,为共享经济提供一个更好的发展空间。

本报综合消息