

儿童智能行业高速发展 5年后将出现龙头企业?

■ 王玉凤

最近两三年来,智能手机迅速普及,智能硬件也逐渐火爆,越来越多的家长愿意接受用智能产品来陪伴孩子。

一切消费品都在升级换代,儿童消费品也不例外。简单的木偶、积木和芭比娃娃等已经很难满足新一代儿童的需求,只有搭上智能化顺风车,才能入得了年轻父母的法眼。

最富变化最爱跟风——在快速发展的儿童智能领域,你很难预测下一个热点爆款。

“今年我们在成人智能睡眠健康产品之外,新推出了一款针对儿童的助眠灯,市场反馈还挺不错。”近日,深圳一位企业主黄锦锋在向记者介绍新的产品策略。

五六年前,他就“尝鲜”过儿童智能产品,但不久后黯然退场,今年他卷土重来。前不久,他的企业获得了5000万元的风投资金。

最近两三年来,在智能硬件热潮的席卷下,儿童智能产品也越来越受欢迎。不过,与快速兴起的行业相伴而生的是行业标准的缺失,以及由此带来的市场乱象。

学习机、电子词典、复读点读机、电话手表……儿童智能领域是一个需求巨大的市场,同时市场热点的更新换代极快。尽管产品本身并没有太高的技术门槛,但结合技术创新与市场需求出牌,才能攻占儿童市场。

业内人士预测,未来5年,该行业将迎来一轮洗牌,一些龙头企业将脱颖而出,“占山为王”。企业则试图在市场格局尘埃落定之前分得一杯羹。

深圳占全国产值的半壁江山

儿童消费市场历来是商家必争之地。根据国家统计局《2016年国民经济和社会发展统计公报》,2016年年末,我国0~14岁人口逾2.3亿。2016年,儿童消费市场规模约为2万亿元,并呈现逐年上升的趋势。

同时,去年全年的社会消费品零售总额达到33.2万亿元,同比增长10.4%。商务部分析称,品质化、升级类商品是销售热点之一。智能、绿色、大品牌、高品质商品受到市场欢迎。

目前,儿童产品智能化已是大的趋势,各具特色的智能产品纷纷涌现,儿童智能产品已为广大大众所接受。与此同时,行业组织也应应运而生。

今年6月初,深圳市儿童智能产品协会宣布成立,这是国内首家儿童智能产品行业的协会组织。儿童智能产品范围广泛,包括:功能性产品,如儿童鞋和手环等;通讯类产品,如手表等;教育类产品,如故事机和点读笔等;健康类产品,如智能牙刷和助眠灯等;



智能玩具,如会说话的机器人等。

深圳市儿童智能产品协会秘书长安自能对第一财经记者介绍,当地市场销量排在第一位的当数智能手表,第二是智能学习机,大的公司一年有十几亿元的产值。第三则是儿童机器人,价钱高,销量也大。

儿童智能产品的市场有多大?虽然目前难以找到确切的数据,但是安自能估计,现在的市场规模有数千亿元,未来可能会达到万亿级。

深圳是中国智能产品最为集中的研发生产基地,也是国内最重要的智能产品集散地。安自能介绍,深圳的儿童智能产品产值占了全国产值的一半,一些品牌虽然是外地的,但其实也是在深圳生产的。

为何深圳的儿童智能产品产值占据了全国的半壁江山?一个原因是当地大量手机企业的转型加入。安自能说:“以前手机行业鼎盛的时候,大概是2010年吧,深圳有2000多家手机企业,最近几年随着智能手机及大品牌的崛起,行业经历了一轮洗牌,大多数中小手机企业转型,转而去做了智能产品了,而智能产品中很大一部分是儿童智能。”

他补充道:“目前,估计深圳做儿童智能产品的企业有2000家,做手表、手环的就有上百家企业。产值没统计过,但是估计一年有几百亿元。”

儿童智能产品行业 处于蓬勃发展期

在2015年9月举行的清科集团“第九届移动互联网投资论坛”上,可穿戴硬件创业公司磁石科技的CEO李志华称,在2014年,儿童智能手表的总出货量只有几十万只,但到了2015年,每个月的出货量就是几十万只了。

另外,根据此前智研咨询发布的《2017-2022年中国智能玩具市场运行态势及投资战略研究报告》,儿童智能产品中的智能玩具类产品未来5年75%的年均增速,将远远超过玩具行业年均6%的增速。

黄锦锋是深圳市迈迪加科技发展有限公司的负责人。早在儿童智能产品进入快速发展期之前,黄锦锋就涉足了该行业。2012年,他曾推出过一款儿童睡眠安全监测仪——放在床垫上监测新生儿心跳和呼吸,防止新生儿猝死。但是现实总比梦想来得“骨感”。

科技的发展日新月异。最近两三年来,智能手机迅速普及,智能硬件也逐渐火爆,越来越多的家长愿意接受用智能产品来陪伴孩子。

去年,身为“80后”的黄锦锋有了孩子。他又开始将目光转向了儿童智能这一他始终惦记的领域,并于今年正式推出了智能助眠灯。黄锦锋说:“今年5月底我们开始对外销

售,现在正在进入卖场,时间短销量还不好统计,但是市场反馈不错,估计一年卖个二三十万台不是问题。”

对于另一位行业新加入者许春伟来说,他已经清晰地感受到了市场的热情。他是深圳市嗨酷互动科技有限公司总经理。今年上半年,他们也开始售卖新研发的儿童智能牙刷,发展势头不错,现在在电商平台上一天能卖出上千把。

“我们单把牙刷的售价在100元~300元之间,一天下来销售额还是不错的。”他对第一财经记者介绍,以前的智能牙刷可以玩游戏,但需要孩子用手机或者平板电脑做交互。他们这一款是抛开了手机和平板电脑,而且孩子在不同的角度刷牙会体验到不同的光线和声音,让孩子喜欢上刷牙。

由于新的消费群体正在形成,加上发展势头大好,许春伟憧憬着,儿童智能牙刷业务能尽快做到几个亿的规模,以替代现在的主营业务手机。

IDC中国可穿戴设备市场季度跟踪报告显示,在2016年中国市场智能手表以小天才的出货量最高,全年360万只,超过苹果Apple Watch的149万只;同比增速也达到了惊人的234.9%。

虽然不少业者庆幸自己赶上了行业爆发的节点,但是对于这一新兴产业来说,与快速发展相伴而生的是标准的缺失,以及由此导致的市场混乱。

以儿童智能手表行业为例,有人担心发展的混乱会导致该行业未成先衰。

这几天,深圳的石女士正准备给她即将上学的儿子买一只智能手表。她在山东老家亲戚的孩子几乎都买了。她说:“上小学的几乎人手一个,能和孩子随时通话,也能看到孩子行走的轨迹,走哪几家心里都有数。”不过,她烦恼的是很多手表新增了不必要的游戏功能,孩子容易沉迷其中。也有很多家长担心功能不完善、续航时间不长、定位不精准等。

“这也是我们成立协会的原因之一。我们希望能出台统一的产品标准,规范行业的发展,提高市场的接受程度。”安自能说,“现在,大多数产品的准入门槛低,技术门槛不高,售价从几十元到几百元不等。利润空间小。所以,市场空间虽大,但是未来同质化竞争严重,价格有可能杀得很低。”

事实上,儿童智能产品已经开始了洗牌。就拿销量第一的智能手表来说,随着可穿戴设备市场的降温已呈现颓势,不少品牌已经消失在消费者的视野中。

安自能估计,到洗牌成功的那一天大概还需要5年时间,5年后市场会出现占有率达到10%、20%的龙头企业。

对于个人信息保护,万存知认为,借款人的信息有隐私属性,也有财产权属性,需要保护借款人的个人信息,不能轻易让步。在使用征信系统的服务时必须合规,要有底线意识,假如机构在这方面踩到红线,要承担法律责任。

和服务创新,更好地满足日益增长的企业投融资和居民财富管理的需求。

最后,刘士余希望大家守住底线,共同促进资本市场健康发展。各类证券经营机构必须把防控金融风险放到更加重要的位置,共同创造良好的市场秩序、稳定的市场环境。这方面要靠大家一起行动,共同呵护。证券公司不能光想着招揽客户、收取佣金,要切实履行投资者保护的相应责任,还要识别好客户,发现异常交易行为,要按照法律法规,该制止的要制止,该报告的要及时报告。同时,要约束好自己的员工,坚守职业操守,体现专业精神,为市场发展注入正能量。

刘士余还希望大家创新发展,着力提升服务质量。毫无疑问,没有创新,证券行业就没有活力。同时,创新是一把双刃剑,创新必须以合规经营和风险控制为前提,围绕实体经济发展的需要来进行,不能打着创新的旗号规避内部管控与外部审慎监管。否则,最后必将导致“脱实向虚”、自娱自乐,引发风险。高质量的服务是证券经营机构安身立命之本,更是服务实体经济、防控金融风险的基础。证券经营机构始终要以“了解你的客户”为原则,要以你的客户创造价值为宗旨,推进以客户为中心的产品

催化等方面提供更加专业化的服务,加快对产业转型升级的支持力度。

刘士余还希望大家创新发展,着力提升服务质量。毫无疑问,没有创新,证券行业就没有活力。同时,创新是一把双刃剑,创新必须以合规经营和风险控制为前提,围绕实体经济发展的需要来进行,不能打着创新的旗号规避内部管控与外部审慎监管。否则,最后必将导致“脱实向虚”、自娱自乐,引发风险。高质量的服务是证券经营机构安身立命之本,更是服务实体经济、防控金融风险的基础。证券经营机构始终要以“了解你的客户”为原则,要以你的客户创造价值为宗旨,推进以客户为中心的产品

文化产业创新升级 从哪里入手?

文化与经济,作为社会发展的两大核心元素,相辅相成,缺一不可。

文化产业是兼有文化属性和经济属性的产业形态,具有绿色环保、高附加值、消费群体广等诸多特点和优势。瑞安包雷明确,当前,在全球新一轮产业变革中,文化产业作为高附加值、高发展潜力、强渗透带动性的“绿色产业”“幸福产业”,已成为引领经济发展的重要引擎。

从国际上看,世界经济发展经历了从产品经济到服务经济再到文化产业经济逐步提升的过程。越来越多的国家开始将文化产业视为一种战略产业,加以谋划和推动。如今,大力发展文化产业,已经成为方兴未艾的全球趋势。无论是美国和欧盟等发达经济体的文化产业已经成为支柱产业,其增加值超过其他产业,还是俄罗斯、巴西等新兴市场经济体的文化产业正朝着支柱产业的方向发展,世界文化产业正在呈现群雄并起、千帆竞发的局面。

在我国也同样如此。近年来,我国文化产业蓬勃发展,成效显著。国家高度重视文化产业的发展,相关政策频频出炉。从《文化产业振兴规划》的公布标志着文化产业上升为国家战略性新兴产业,到党的十八届三中全会提出文化市场准入机制和退出机制;从2016年,财政部下达文化产业发展专项资金44.2亿元,支持944个项目,再到近日发布的《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》明确了文化产业发展的总体要求、主要任务、重点行业和保障措施。根据“十三五”规划,未来5年,文化产业将成为国民经济支柱性产业。数据是最好的注脚。2015年全国文化及相关产业增加值27235亿元,比上年增长11%(未扣除价格因素),占同期GDP的比重为3.97%,比上年提高0.16个百分点。而在2010年,我国文化产业增加值为11052亿元,占同期GDP的比重为2.75%。当然,需要注意的是,我国文化产业发展仍存在着整体规模还不够大、创新创意能力和竞争力还不强、结构布局还需优化、文化产品和服务有效供给不足、高端人才相对短缺、政策和市场环境有待完善等一系列问题。这些问题亟待我们采取有效措施加以破解,从而有效地推动文化产业转型升级、提质增效。

在世界文化产业竞争激烈、我国经济发展进入新常态的形势下,加快我国文化产业发展,可以从供给、环境、融合等三个方面积极发力。

第一,推动文化产业融合创新。文化产业作为一种新兴产业,其本身就是多重元素相互融合的产物,近年来的产业发展实践也说明了这一点。文化与科技、金融的结合,都为文化产业开辟了新的发展空间。可以说,融合创新正是当前文化产业发展的一个新特点。当前和今后一个时期,可以“文化+”和“互联网+”为着力点,推动多领域、全方位的融合,比如文化产业与文化事业的融合、文化产业不同门类的融合、文化产业与相关产业的深度融合,从而进一步拓展文化产业发展空间。具体来说,有以下几个方向值得关注:比如,在现代文化创意产业的背景下,推动手工艺与民间艺术的传承发展,传统工艺要不断创新,将产品融入老百姓的生活中,做到艺术化、生活化、市场化;推动文创产业与旅游休闲、文博等特色经济领域的融合发展,以文化提升旅游的内涵,以旅游扩大文化的传播和消费;推动文化产业与农业有机结合,合理开发农业文化遗产,支持发展集农耕体验、田园观光、教育展示、文化创意于一体的特色农业;推动文化产业与科技融合发展,实现从文化创意到制作、传播、交易消费等环节的创新,不断增强文化消费需求,焕发传统文化新活力,等等。总之,文化产业各种融合创新,将促进资源要素流通,为国民经济转型升级注入活力,这是大势所趋。

第二,增加文化产业有效供给。当前文化产业的发展还远远跟不上群众文化消费需求的个性化、多样化变化。要扩大文化消费,还得从文化产业供给侧发力,以创新供给带动需求扩展,优化文化产品和服务供给结构,提升文化产品和服务供给质量,扩大文化产品和服务的有效供给,满足人民群众日益增长、不断升级和个性化的精神文化需求。在这一过程中,既要丰富文化产品的品种,将文化的产品和服务拓展到生活的方方面面,扩大文化的覆盖面,满足消费者的多样化精神文化需求;还要提高文化产品的品质,提高文化产品的吸引力和感染力,让文化产业惠及群众日常生活。此外,还要推动文化创意产品开发,创新文化产品和服务供给方式,包括加强数字文化创意内容创作与供给,推动文化内容形式、传播手段创新,引导文化企业提供个性化、分众化的文化产品和服务,等等,都是题中应有之义。

第三,营造产业发展有利环境。文化产业发展离不开政府和社会各方面的大力支持。营造有利于文化产业发展的良好环境,一方面要加快推进文化治理体系和治理能力现代化、完善文化管理治理体制,增强文化产业的运行效率;另一方面要完善文化产业政策法规体系,加快文化产业促进立法立法进程,让文化产业发展有法可依。除此之外,瑞安包雷认为还要特别注重引进和培养文化产业人才,完善人才有序流动机制,加强对文化产业人才的培养和扶持,为文化产业发展提供强有力的人才支撑。(据慧聪商业服务网)

消费金融助推经济发展 哪些阻碍仍需破除?

■ 付依珞

中国人民银行金融研究所所长孙国峰在“Fintech时代的消费金融创新发展峰会”上表示,消费金融可以促进消费,进而对于优化经济结构、提高宏观金融政策传导效力、推动传统金融机构转型,都有重要意义。虽然消费金融可助推经济发展,但目前仍有一些发展阻碍需要破除。

近年来,消费金融发展迅速。其中,互联网消费金融最为突出。从2013年到2016年,互联网消费金融交易规模实现了70倍爆发式增长,未来万亿级别的市场有待开启。对此,中国人民银行金融研究所所长孙国峰在“Fintech时代的消费金融创新发展峰会”上表示,消费金融可以促进消费,进而对于优化经济结构、提高宏观金融政策传导效力、推动传统金融机构转型,都有重要意义。虽然消费金融可助推经济发展,但目前仍有一些发展阻碍需要破除。

孙国峰表示,从中国消费金融发展的市场空间来看,去年GDP增速是6.7%,社会消费总额增速是10.4%。居民消费增长和升级也是中国经济增长的重要动力。而在这个背景下,消费金融的发展空间是非常广阔的。此外,消费金融对于中国经济的发展也起着十分积极的作用。首先在一定程度上满足了消费者资金融通的需要,将有效促进消费升级,刺激消费需求增加,并带动相关产业投资增加,进而优化经济结构;其次,其发展在利率渠道和信用渠道两方面增强了宏观金融政策的传导效力,提高当局宏观调控能力;第三,消费金融服务提供商种类丰富,各类主体之间有序竞争促进了传统金融机构改革创新。

刘士余:证券公司不能打着创新的旗号规避监管

日前,证监会主席刘士余在中国证券业协会第六次会员大会上表示,没有创新,证券行业就没有活力。同时,创新是一把双刃剑,创新必须以合规经营和风险控制为前提,围绕实体经济发展的需要来进行,不能打着创新的旗号规避内部管控与外部审慎监管。

刘士余在大会上表示,五年来,证券行业的资本增长2.2倍,总资产增长2.7倍,服务企业完成股权融资6万亿元、债权融资15万亿元,并购重组交易3.5万亿元。这些数字反映出整个证券行业发生了可喜的变化,在促进资本形成、优化资源配置、服务实体经济和投资者方面发挥着越来越重要的作用。



值得一提的是,消费升级不仅使消费市场增长,也使消费信贷的渗透率持续上升。惠人贷CEO李晨表示,如今金融信贷被更普遍地应用到消费领域。未来的市场空间也足够大。无论是细分领域的租房、教育还是其他行业,其体量都将是上亿元级别。

不过,中国消费金融在与科技不断融合,蓬勃发展的同时,目前还仍有一些发展阻碍

值得一提的是,消费升级不仅使消费市场增长,也使消费信贷的渗透率持续上升。惠人贷CEO李晨表示,如今金融信贷被更普遍地应用到消费领域。未来的市场空间也足够大。无论是细分领域的租房、教育还是其他行业,其体量都将是上亿元级别。

不过,中国消费金融在与科技不断融合,蓬勃发展的同时,目前还仍有一些发展阻碍

值得一提的是,消费升级不仅使消费市场增长,也使消费信贷的渗透率持续上升。惠人贷CEO李晨表示,如今金融信贷被更普遍地应用到消费领域。未来的市场空间也足够大。无论是细分领域的租房、教育还是其他行业,其体量都将是上亿元级别。

不过,中国消费金融在与科技不断融合,蓬勃发展的同时,目前还仍有一些发展阻碍