

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly 周刊 东裕·汉中仙毫协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 028 期 总第 10008 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:袁红兵 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元 2021 年 1 月 31 日 星期日 庚子年 十二月十九



电动自行车销售淡季“涨价”背后:上游成本上涨

张敏 胡艳萍

据证券日报消息,近期多个电动自行车品牌密集发布通知,表示旗下产品将全面涨价。而此次涨价的背后是电机、轮胎、车架等零部件采购价格上涨,从而推动电动自行车整车制造成本上涨。对此,记者向港股上市公司雅迪控股等询问此消息,但未得到公司的回复。

易观国际高级分析师覃承萍向记者表示:“电动自行车涨价原因多样,其一,自2019年4月份新国标落地,2021年部分省市超标车过渡期正式结束,因此新生车辆为达到政策要求,企业在用料、生产工艺等多方面进行优化,同时上游原材料成本持续增加,给生产方带来压力,适度调整价格平衡支出是必然手段;其二,受国内疫情与年底春节假期临近影响,防控加严+运力供给下降,物流成本见涨;其三,2020年在新国标、共享、外卖、快递、出口等众多利好因素的驱动下,需求迎来爆发式增长,行业处于供不应求的状态。”

在我国疫情得到控制的背景下,电动自行车是否存在涨价的动力呢?是只有部分品牌电动自行车价格上涨,还是行业普遍现象?

位于北京市顺义区的一家电动自行车门店的销售向记者介绍,现在是电动自行车销售淡季,一些门店由于疫情叠加春节的原因已经关门,尚未听说涨价的消息。未来是否涨价要看开店之后情况再定。

与此同时,记者走访了多家电动自行车销售门店。其中,在北京市丰台区北京西站附近,一家绿源电动自行车销售店的店长李女士告诉记者:“我家电动自行车销售价格没有涨,疫情期间销售量不好,不降价销售就不错了,怎么会涨价呢?”她向记者介绍,疫情期间电动自行车销售不好,货物都是半年前的,近期没有进货。

九号电动自行车一家销售店店长谭先生告诉记者,该门店电动自行车从今年1月1日起每台车涨200元。“九号电动自行车由于后台技术不断升级,新系统出来了,电动自行车就会更新到最新系统,价格就会上涨。”

雅迪电动自行车的代理商严女士告诉记者,她接到通知,从今年1月1日开始,每一台车销售价格涨100元。尽管多家电动自行车销售门店称存在涨价现象,但部分门店称可以以优惠的形式再降价。

在电动自行车涨价背后,是上游零部件成本上涨。去年5月份起,车架、轮胎、电机等零部件的采购价格持续上涨,和去年年初相比,电机、轮胎、车架涨幅为20%,塑料件价格涨幅为35%,电缆线涨价25%,电动自行车整车制造企业的生产成本普遍上涨20%以上。

针对电动自行车零件——轮胎涨价一事,一位不愿具名的轮胎类上市公司证券事务代表向记者表示:“轮胎涨价是在原材料价格上涨的推动作用发生的,原材料在轮胎生产成本中占比超七成,截至目前,天然胶较2020年初涨幅超30%,炭黑涨幅70%左右。”

记者从自行车协会官网了解到最近的数据显示,2020年1月份-9月份,电动自行车规模以上企业产量2285.3万辆,同比增长30.3%。电动自行车规模以上企业营业收入677.6亿元,同比增长26.6%;实现利润26.3亿元,同比增长30.4%。

2020年进口消费品市场发生变化 掀起养生“快消品”小众新风潮

余颖

2020年,人们因新冠肺炎疫情无法出国购物,跨境电商成为购买进口产品的主要渠道。数据显示,2020年,天猫国际网购平台进口新品首发数量同比增长130%;2020年4月以来,海外新品牌入驻同比增速125%。

疫情改变着人们的生活态度与生活方式,加上国内消费新场景与新需求不断涌现,进口消费品市场开始涌现养生快消品、院线级美容、小众新风潮、名人品牌崛起等新趋势。

在进口食品、美妆、保健等领域,新概念、新形态产品层出不穷,以“人造肉”“植物奶”为代表的植物基轻食走上餐桌;保健产品剂型零食化、维生素、褪黑素、鱼油纷纷做成软糖;玻尿酸、烟酰胺等美容成分也能口服食用。

记者调查发现,天猫国际网购平台上的第一款进口人造肉,售价为240克49元,虽远远超过猪肉的售价,但店铺却囤积2.6万人。一款国产品牌的番茄肉酱面,也改用植物蛋白肉,卖出了57.9元一盒的高价,比真正的肉酱面还贵,但销量却高达上千份。很多敏锐的电商经营者已经发现这股追求健康的风潮,把此前一直销售的油豆皮、油豆腐等商品也加上了“人造肉”“素肉”的标签,结果销量大涨。养生产品变成快消品,为相关企业打开了



进口日用消费品店吸引了众多消费者光顾。

市场,自然也受到资本的青睐——2020年年底,人造肉企业周子未来获得2000万元融资。可以预计,人造肉市场还将继续扩大,随着产能提升、成本下降,人造肉价格有望回落。

除了健康,2020年海淘的个性化也更加突出,小众特色商品、小众国家商品需求开始增强。商品方面,“小众香”成为年轻一代个性表

达、打造人设的重要载体,比大牌更受欢迎;“小众奶”成为进口饮品消费新宠,新西兰羊奶、迪拜骆驼奶热销。一些人向往出境旅游的愿望转化为购买小众国家特色商品的热情,2020年国庆假期期间,冰岛护肤品、古巴香水、丹麦鱼油、希腊酸奶面膜等飞行时长超过10个小时的北欧及南美国家的商品备受欢迎。

在全球疫情持续、出境旅游购物受阻的情况下,中国消费者对院线美容的需求加速线上化,加上海外院线遭遇游客减少、原产国销售下滑的困境,院线品牌加速在中国拓市增销,以医美级美容仪为代表的“院线美容”迎来一轮新机遇。2020年,天猫国际院线美容产品成交额同比增长超过200%。

小糕饼传承民族大文化

——记广西柳州桂饼博物馆馆长、锦桂糕点创始人薛春雄

潘凌霄

薛春雄出生于广西柳州市一个制饼世家。他从小就喜欢看大人做饼,喜欢听那有节奏有韵律的打饼声,喜欢闻糕饼散发的香味,当然也喜欢吃或糯或脆的糕饼。成年后,他将喜爱转换成责任和使命,立志将做饼技艺传承下去,把桂饼文化发扬光大。

1997年,薛春雄大学毕业后开始接手家族事业,那时家里还没有门店,只有一家小工厂做糕点批发,每天将做好的糕饼送到城区各大市场售卖。做了一段时间后,薛春雄发现自家做的糕点和别人家做的糕点无论是外形还是味道,都没有太大的区别。他想,要是能做出有特色、与众不同的糕饼,销量会不会更大?有了这样的想法,他决定创新。柳州是个多民族聚居的城市,他灵机一动,在各直销点搭建起具有民族特色的小竹楼货架,并起名“锦桂楼”。正是这个小小的创意,让销量一下子涨了不少。这让薛春雄坚定了创新的信心。

薛春雄决定放弃小、平、快的农贸市场连锁销售点的经营模式,将“锦桂楼”糕饼的内核与广西民族文化相结合,改变糕点品种单一的现状,研发创意中式、西式糕点品种,为



传统中式糕点注入时尚感,改良西式糕点的口感迎合大众。在他的努力下,锦桂楼店面装修以壮乡民俗文化为主要元素,售卖中式糕点为主,既保留了桂饼文化中的民族特点,还造就了“锦桂楼”的品牌特色。在薛春雄的带领下,“锦桂楼”走出了传统经营的模式,做成了有十余家分店的知名烘焙连锁品牌。

薛春雄始终怀着对传统制饼技艺的敬意和将饼艺文化发扬光大的希冀。他想,可不可以有这样一个地方,可以追忆以前糕饼带给人们的甜蜜时光,可以回顾中国千年糕饼文化的根,还可以让人们对千年制饼工艺有一个清晰的了解,产生一份敬意,这种敬意源自前人世世代代传递下来的生活艺术和文化智慧。他心里有了打造柳州饼艺民俗文化展览馆的想法。

经过几年的努力,2013年11月,本着“传承饼道,留住手艺”的柳州桂饼博物馆正式挂牌成立。

为了更好地展示桂饼文化和制饼技艺,薛春雄及其团队通过多方资源尽力搜寻,不断充实桂饼文化博物馆中的藏品。目前,馆中共有木质饼模具印、陶瓷饼印等制饼模具5000余件,其中最大的饼模高达2.55米。此外,桂饼博物馆还收集了许多饮食文化和制饼相关的老物件,收录制饼技艺200余种。

桂饼博物馆开馆以来,受到社会各界的关注,不仅当地市民前来参观体验,还有江西、西安、北京、佛山等地的很多专家和学者前来考察,对桂饼文化的民族性、地域性特点很感兴趣。博物馆平均每天接待上千人次,除

每周一例行休馆整理外,每周保证开馆6个工作日,开馆期间都保证有讲解员陪同讲解糕饼文化及其展品介绍。

近两年,螺蛳粉在互联网上大火,激发薛春雄将螺蛳粉与制饼相结合的创意。螺蛳粉文化是这几年壮乡新兴的民族特色,螺蛳粉的味道和文化特点更是和桂饼的文化特点一脉相承,为什么不尝试结合起来呢?想法一出,他马上组织了公司制饼师傅进行研发,最终将中式面点的苏式酥饼与改良后的螺蛳粉肉馅相结合,研制出了“螺蛳粉饼”这一创意糕点。2019年由广西烹饪协会举办的首届世界米粉大赛中,“螺蛳粉饼”荣获创意风味奖。

薛春雄注重桂饼文化的深度挖掘、整理,整合资源组建桂饼文化研究学术团队,出版糕饼文化书籍《饼道》、《有模有样》,撰写鱼峰歌圩传统民俗教材《传统糕饼与礼俗》。他一直铭记自己作为一名传统制饼手艺人的初心,在研发新式中式传统糕点的路上他总是乐于尝试,敢于创新。“传统制饼技艺需要传承,也需要与时俱进。只有怀着匠人精神,精益求精,不断创新,找到大众喜欢的口味,市场才会不断地给予回响,薛春雄因此成为自治区级传统制饼技艺非物质文化遗产第五代传承人。

民族医药的核心品牌 始创于1996年

源 古 承 新 甘 露 众 生

西藏甘露藏药股份有限公司
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Co., Ltd

电话: 0891-6522710 邮箱: info@glyz.cn
西藏自治区拉萨市经济开发区林琼岗路15号

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

东裕茗茶 DONGYU TEA

东 | 汉 中 山 毫

CHINESE GREEN TEA

「东裕汉中仙毫」获第31届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司
招商热线: 029-87809659

剑南红

电话: 028-83388900

四川 剑南红 酒业有限公司
地址: 成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼

新闻热线: 028-87319500
投稿邮箱: cjb490@sina.com

