主编 邹红辉 新闻报料热线：18907470002
邮箱：hyrbmyjj2010@163.com

家居市场如何走向“旺季”

专家认为，品牌升级、产品个性化、服务优质化，应成为家居行业改革的当务之急

■本报记者 邹红辉

春节期间，本该火爆的家居市场却与其它地市一样“波澜不惊”：不仅没有出现往年的“旺季”，反而行情普遍低迷，引发业内人士的普遍关注。

家居市场的春天在哪？家居企业如何化危为机？日前，记者分别采访了南华大学经济管理学院副院长、省市经济学会常务理事、市服务业发展研究中心副主任刘萌芽教授，市家居行业商会秘书长王元生等，他们对家居行业发展进行了深入浅出的阐述，并提出了一些实际性的建议。

卖场面积两倍于实际需求

刘萌芽认为，房地产业不景气影响家居市场，一方面不少家居企业营销困难，产品卖不动，另一方面家居建材卖场面积不断扩大。

刘萌芽表示，具体到衡阳而言，家居卖场面积实际需求量有12万平方米就足够，现在却已高达30多万平方米，卖场面积严重过剩。同时，消费面却还在成倍减少。尤其是七个县城、南岳区均已分别形成独立商圈，摊薄了市本级的销售量。

还有，电商网购对家居企业实体店的销售产生冲击，未来5-10年内网购将进一步影响实体店的销售。

定制家具逆势增长50%

如何破解家具难卖的困境？市家居行业商会秘书长王元生认为，去产能、去库存将成为家居行业的绝对主题，品牌升级、产品个性化、服务优质化，成为家居行业改革的当务之急。

王元生分析，2016年，家居业如果跟互联网大势保持“对立”态度，那么必然会被市场淘汰，因此必须拿出更多新的商业力量来改写老规则，让传统家具卖场出现更多实质性变革，才能适应正在改变中的实体消费新趋势。但是他强调说，要利用互联网为自己的卖场造势，而不用过于担心互联网抢了卖场的生意，因此体验式消费最终还是会占主流，比如超市、卖场还是一个比较主流的选择。

王元生告诉记者，2015年，定制家具企业逆势飞扬，保持了50%左右的高速增长。今年，这一态势还将持续。随着80后、90后年轻群体成为消费主力军，家居的个性化需求只会增加，而不会减少。

同样，为了适应这股新的消费潮流，家具企业必须帮助销售人员掌握更多的个性化服务技能，才能在市场竞争中保持优势。

商家“集客”必须武装到牙齿

“今天要集客，即把客户集合到你店里来，必须要武装到牙齿。”

刘萌芽开门见山地指出，在全民创客化的今天，商家必须实行“全渠道、无缝隙”营销，从老板到员工，从亲戚到朋友，都应该成为品牌的传播者、产品的销售员。

不仅如此，商家更要抱团取暖，通过业内联盟、异业联盟，整合资源，充分整合媒体、社区、电话、网络等资源，实现转型升级。

商 情

全市现代物流业去年增加值超两百亿

本报讯 （记者 **邹红辉** 通讯员 **杨学民**）市物流与采购联合会成立两年来，以“加强调研、拓展功能、强化服务、谋求发展”为工作思路，围绕党和政府确定的发展目标和战略部署，把积极推进会员单位经济发展方式，加快产业结构调整和优化服务作为主要工作内容，实现服务立会，荣获省物流行业协会的“先进单位”。

目前，市物流与采购联合会以“服务立会”为宗旨，会同相关部门着力优化物流产业区域布局，整合现有物流资源；加大引导扶植力度，构建跨区域信息互通、商品互换、产业合作、无缝对接的物流集群发展模式，重点发展建设白沙工业、松茶化工两大物流园区，加快云集空港物流、衡阳钢管物流、千吨级港航物流、东阳渡粮油物流、西园农产品物流、华源建材家居物流等13家物流中心和配送中心建设，以确保形成产业链配套完整，服务功能完备的现代物流产业体系，促进了物流业的持续稳定发展。据统计，去年全市现代物流业增加值达到243亿元，占服务业比重将达到23.2%，占GDP比重达到10.6%。

商 会

“特变衡变”入围省企业创新创业团队支持计划

总经理种衍民

本报讯 （通讯员 **尹翔宇 姚春妮 雷群泌**）日前，省科技厅公布了省企业科技创新创业团队支持计划入围名单，特变衡变申报的“变压器高端装备科技创新创业团队”项目入选，成为市首个入选该计划的企业。

省实施企业科技创新创业团队计划旨在深入贯彻实施创新驱动发展战略，推动大众创业、万众创新，增强企业自主创新能力，促进战略性新兴产业发展，入选团队都是在科技创新方面非常突出。

特变电工变压器高端装备科技创新创业团队由技术领导、专家、骨干，以及与衡变公司长期保持合作关系的湖南大学电气工程学院知名教授（客座专家）组成，主要从事超、特高压变压器和电抗器，智能变压器，牵引变压器、整流变压器等各类变压器高端装备的研究开发，是我省战略性新兴产业——高端输变电装备制造领域创新能力和成果转化能力都非常突出的一支科技创新创业团队，其科研成果提升了我国变压器行业的自主创新水平，推动了我国变压器行业技术进步和产业升级。

民营企业家有两种“活着”方式

冯仑
万通控股董事长，阿拉善SEE生态协会第四任会长

“活着”这个话题，在任何时候，切开一段来看，都会觉得有一些悲观；但是如果从时间维度串起来看，从过去看到现在，你就会非常乐观了。

民营企业家的“活着”，一种是被动地活着，因为暂时还没有找到去死的理由；还有一种是主动地活着，想通过创业来服务社会，给别人创造价值的同时，也给自己找到活着的意义。

所以，“活着”这件事情，是非常值得开心的。

启迪：虽然能够“活着”就很开心，但其实您是“被动地活着”还是“主动地活着”还有很大差别，因为这将决定您的企业在2016年或者更远能不能“活”下去。

文化创意孵出“精品项目”

市文化产业发展研究会“让文变钱”

本报讯 （通讯员 **何东林**）市文化产业发展研究会致力挖掘衡阳文化资源，集中力量抓文化产业发展，做强做大衡阳文化企业集群。目前，不断产生经济效益。

为推动城市发展文化产业发展，打造有衡阳特色的文化产品。该会为市酱香春文化酒业推广有限公司策化，以衡阳“八景”文化为积淀，与贵州省仁怀市茅台镇酱香春酒业股份公司战略合作，打造出了“衡阳文化酒——石鼓窖酒”，既宣传衡阳文化，又能满足本土消费需求。消费者们纷纷赞美：立意新、档次高，既让衡阳人喝上了衡阳文化韵味之酒，又实现茅台酱香酒和衡阳优秀文化有机结合与内在统一。

市文化产业发展研究会会长吴俊良表示，在新的一年，将利用该会自身的人才优势和学术优势，继续“让文变钱”，为“文化强市”打造更多衡阳文化产业精品，宣传衡阳，提升品味。

偏远山村通了“光网”

村民在家就能上网看电视、电话拜年、做微商、发微信红包

■通讯员 刘先卫 张艺于

“网络通了！电视通了！”电话里机线员嘶哑的声音，标志着衡南县泉湖镇偏远的大星村里通上了“光网”。捷报传来，中国电信衡南分公司谭子山支局长罗意俊如释重负，同他的战友们兴奋得鼓起掌来。

上网看电视、电话拜年、做微商、发微信红包……这些平常事，对山区的百姓来讲却可遇不可求。没有网络、电视信号，村民要了解山外的世界、获取致富信息、学习农业技术简直成了一道无法跨越的鸿沟。

2015年底，泉湖镇大星村开通光网示范村的任务，压在了电信片区谭子山负责人罗意俊的头上，由于该村电信线路已经老化、电杆严重倾斜，山区用户的屋场分布较为分散，离过年仅仅只有10天时间，要把20多个用户在春节前安装开通，时间紧迫可谓压力山大。

为了在春节前抢通大星村的光网宽带，罗意俊冒着农村零下几度的严寒，没日没夜奋战在第一线。在他的带领和影响下，支局维护支撑经理宋银伟、泉湖点机线员李平更是争分夺秒，克服雨雪天气等困难施工作业，使大星村春节前如期开通了光网网络；泉湖电信全网通的代理商老板王洋，尽管新店于去年9月才开张，但其苦练营销技巧，很快熟悉了电信业务，趁着老乡回家过年的大好时机，他安排妻子守店，自己进村入户上门揽收宽带业务，还见缝插针挤出时间走访老用户，背着工具袋、戴着安全帽、骑着摩托车帮用户处理故障。遇到一处杆路远、拉线长的陡峭山坡，王洋自费花260元从鸡笼街请来一位师傅高空作业，顺利安装了4户上网宽带；其父亲王诚秋是七塘村支部书记，业余时间一同奋战在工地上、出入在用户家中装机布线。

网络开通后，小山村不再沉寂，村民们遨游在信息高速公路上，大年夜及时看到了央视春晚，并通过电信手机发出了拜年红包和祝福，其乐融融。大星村支部书记尹文化、会计胡南云都是电信光网示范村的首批用户，他们感慨：电信把农村光网建好，让村民充分享受到信息化生活带来的服务和便利，村里的农产品不再卖难，尤其可以网购了，可以做微商！

去产能有阵痛 但要咬牙挺住

李佐军
国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长

本轮产能过剩具有程度重、持续时间长、行业多、腾挪空间小的特点，而且遇到了发达国家复苏乏力、新兴经济体经济下行的夹击，寄希望于国外市场消化产能过剩的空间缩小，尽管通过“一带一路”战略可以解决部分问题，但可能难以达到以前的效果。去产能可以倒逼地方、行业、企业加快发展高附加值、符合产业转型升级方向的新产业，真正依靠技术进步、提升人力资本、推进信息化等来提升产业发展的质量和效益，从而为打造中国经济升级版提供强大动力。

启迪：当年衡阳许多行业同样面临产能过剩、恶性竞争的情形，“去产能”的大背景下，各位老板应该甩掉旧包袱，加快转型升级、跨界合作，提升发展的质量和效益。

进口液态奶到中国，价格涨10倍

进口婴幼儿配方乳粉的高价格也颇受行业质疑，值得一提的是，跨境电商的兴起，使得产品价格有了降价的空间

随着液态奶进口量的加大，消费者也逐渐发现从原产地到中国市场，进口液态奶的售价悄然翻了几倍。近日有消费者反映，在澳大利亚折合人民币不到10元的液态奶，漂洋过海进入中国市场后价格高出10倍，这让消费者着实惊讶。

价格相差10倍

进口产品价格普遍比国内本地生产和原产地产品的定价都要贵是很多人的共识，但是在一盒牛奶上价格却出现几元到几十元不等的差距，让很多消费者摸不着头脑。以一盒产自澳大利亚a2巴氏杀菌全脂鲜奶1升装产品为例，在电商平台上售价59元，而在超市柜台上同样产品的售价为65元。一位来自澳大利亚的消费者反映：“价格涨了近10倍。”他进而指出，在澳大利亚本地，同一款产品2升装的定价还不到10元。

给进口奶算笔账

在很多人看来，进口产品价格高是较为容易理解和接受的事情，毕竟从原产地到中国，一盒进口牛奶经过了长途跋涉，成本也随之提高，但是成本究竟能提高多少？进入中国市场后，价格定在哪个区间才算合理呢？

有业内人士向记者介绍，目前很多进口奶都是通过代理商来获得进入中国市场的资质，而海外运输是产品要完成的第一步，根据不同国家、不同地区，其运输时间不同，牛奶的到岸时间也不尽相同。欧美国家的运输时间大概为35-45天，新西兰为28天左右，澳大利亚为25天左右。漂洋过海的牛奶被送到港口后，要经过一系列复杂的通关流程，完成这些后，再经过各层级经销商之手，才能最终被摆在超市货架上。

该人士也给记者算了一笔账：在以上所提到的过程中会产生购货成本、运费、保险费、关税、增值税、港口及进口手续费以及在此过程中发生的管理费用和销售费用等一系列费用。假设一盒牛奶的关税完税价格即到岸价为10元，要上缴15%的关税和17%的增值税，两项加起来多出3.2元，再加上不能统一量化计算的运输费、报关费、标签费、手续费等，其产品成本会提高到15-17元。而这个成本中并没有计算分销商、超市等中间环节的利润空间。若加上分销商的提价以及超市进场费等一系列费用，成本就会变得更高。

跨境电商正在改变这一趋势

实际上，除了液态奶以外，此前进口婴幼儿配·方乳粉的高价格也颇受行业质疑，国外原产地折合人民币不到百元的奶粉到了中国市场，动辄跨过三四百元的门槛。对于奶粉高价，此前也有众多分析认为，经销商层层加码推高了奶粉价格。

值得一提的是，跨境电商的兴起正在改变这一趋势，电商平台由于实现了B2C，省去了众多经销商环节，使得产品价格有了降价的空间。例如，去年婴幼儿配方奶粉的价格也因为电商渠道的兴起而出现了下滑，有外资乳粉企业人士就曾向记者表示，该公司也正在不断重视电商渠道，以摆脱经销商的束缚，有业内人士也表示，同样的变化未来也有可能会发生在进口液态奶身上。

（据《北京商报》）

消费转型升级 影视业正成为真正的风口

管清友
盘古智库学术委员，经济学者

当前我国处于消费结构整体从生存型转向享受型的大背景下，可以预见一个全民休闲娱乐时代即将到来。即使是在2015年国内经济增速下行的时期，电影总票房仍达到440亿元，同比增长48.7%。而且国产电影达到270多亿元，占票房总额的六成以上。总票房排名前十的影片里，国产电影占据了七席。许多人认为2015年是中国电影进入黄金时代的元年，是中国电影开启一个波澜壮阔年代的序幕。可见影视行业作为休闲娱乐产业发展最快的分支正迅速崛起，投资机会不可辜负。

启迪：从网络剧《屌丝男士》到10亿票房《煎饼侠》，从无厘头《万万没想到》到3亿票房《西游篇》，“屌丝逆袭”的网络奇迹告诉衡阳的大佬们，影视业不仅仅是投资电影院，还可以拍电影。

商 论