

新业态新技术涌现 电商格局迎大变革

2023年,阿里启动并完成“1+6+N”史上最大组织架构变革;拼多多市值超越阿里;京东、阿里纷纷采取低价策略并支持“仅退款不退货”,被外界解读为跟进拼多多;抖音、快手直播电商迅速崛起,成为新一代“流量之王”……种种迹象表明,中国电商行业正在经历大变革。

与此同时,中国的电商规模仍持续稳居全球第一,商务部数据显示,全年网上零售额15.42万亿元,增长11%,连续11年成为全球第一大网络零售市场。尽管国内电商规模仍居世界首位,但用户规模、流量红利、业绩增速逐渐见顶仍是行业必须面对的共同问题。巨头变阵,新秀入局,当前国内电商行业已进入存量竞争时代,各市场参与者应如何在存量市场寻求增量?

国内电商竞争格局巨变

中国电商行业竞争格局在2023年发生较大变化,曾经的巨头市占率不断下滑,被后来者蚕食份额。观察整个行业的发展态势,国内电商行业已经达到存量竞争的阶段,一方面电商巨头业绩增速放缓,另一方面平台GMV(成交总额)和用户增速也持续放缓。

从市场份额变化来看,传统电商巨头淘宝市占率下滑,以拼多多、抖音、快手为代表的新电商平台市占率快速增长。第三方机构隐马数研依据淘宝天猫、京东、拼多多、抖音、快手共5家销售额计算,截至2023年二季度末,淘宝天猫占比44.4%,京东23.8%,拼多多18.7%,抖音7%,快手6.1%。与2019年一季度相比,淘宝天猫市占率下滑28.2个百分点,京东市占率提升3.6个百分点,拼多多增加11.5个百分点。

在业绩表现上,传统电商企业阿里、京东营收增长跌至个位数,维持较为缓慢的增速,拼多多、抖音、快手甚至小红书等平台则保持高速增长。财报数据显示,2023年第三季度,阿里的营收同比增速为9%,其中淘天集团增长4%;京东整体营收同比增长1.7%,零售业务仅微增0.1%。值得注意的是,2023年前三季度,社会消费品零售总额同比增长6.8%,淘宝与京东均未达到这一水平。而同一时期,拼多多等新电商平台均保持双位数的增长,拼多多三季度营收同比增速达93.9%,这也是拼多多市值一度超越阿里的原因所在;快手电商业务增长36.6%。

回归新一轮低价竞争

2023年,各路电商平台围绕价格力展开竞争,通过补贴、优惠券等形式大打价格战,以求攻占用户的低价心智,其中拼多多一贯坚持低价下沉,淘宝、京东纷纷回归低价路线。

“价格力、商品力和运营力属于零售企业和电商平台的三大核心能力,其中价格力属于基础



能力,零售业的发展历程表明,一旦一家零售企业或电商平台价格力不足就会面临被其他企业和平台超越甚至淘汰的局面。”网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅表示。

在这种大背景下,拼多多通过对下沉市场攻城略地而快速崛起,撬动了淘宝、京东的基本盘,促使阿里和京东这些平台自我变革,例如京东不再强调“品质电商”,而是上线百亿补贴,喊出“真便宜”的口号;淘天也主攻价格力,要做“全网最低价”。

在运营模式上,淘天和京东也做出变革,继拼多多推出“仅退款”服务以来,2023年12月25至26日,淘宝、京东相继推出“仅退款”服务,有利于规范卖家行为,净化网上消费环境,避免虚假宣传、质量低劣、货不对板情形的发生,给消费者提供更好的用户体验。

着眼整个行业,当下新一轮的低价竞争,本质是供应链和效率比拼。申万宏源证券分析师赵令伊指出,价格力一般来源于平台让利补贴,或是平台对供应链和运营效率提升产生的增量利润再分配,从长期可持续性角度出发,各平台2023年主要聚焦于供应链和运营提效。赵令伊进一步表示,阿里和京东旨在通过流量分发机制、产品和运营导向的调整,筛选和鼓励更多商家为消费者提供更具有价格竞争力的优质商品,同时通过AI等一系列支持工具,围绕商家提供深度且高效的服务,降低其经营成本,提升双边匹配效率。

拼多多最大化平台交易效率,通过推行“全站推广”工具增强商家买量意愿,提升商家广告投放的效率 and 效果,同时调整补贴策略,收缩多多果园等内容、游戏场补贴力度,“百亿生态”增加对供应链产业带商家扶持,实现商家端结构水平进一步提升。

增量空间或在新业态

伴随着用户规模、流量红利、业绩增速逐渐见顶,当前国内电商行业已进入存量竞争时代,各路电商平台应如何寻求增量?

网经社电子商务研究中心特约研究员王与剑表示,直播电商与货架电商相结合的融合型电商无疑是未来的一大趋势。“短视频、直播的趣味性、交互性强,内容传递效率高;个性化推送机制将人群需求和内容进行精准匹配,两者结合可引导和刺激消费,是现阶段拉动平台GMV增长和提升用户黏性的关键形态。货架电商则适配承接非直播时段的日常搜索、比价和消费,稳定销量。”

国联证券研报指出,直播电商以其立体感的营销方式,持续优化消费者的购物体验,增强客户黏性,同时利用KOL的中心效应以及流量实时变现的优势,成为2023年“双11”电商销售额的主要增量。王与剑也表示,当下消费需求呈现多元化趋势,消费从单一场景到“消费+”多场景、多模式、多行业跨界融合创新和渗透。加大直播、短视频等内容建设布局,不断扩展业务边界,成为电商行业未来的一大趋势。

同时,生成式AI作为电商助手正被广泛应用,AI的应用也成为电商行业趋势和标配。业内人士指出,电商平台要持续盈利,技术仍然起着非常重要作用,因为技术应用可以提高效率,从而保证商家的经营成本持续降低。当下,AI已成为各大电商提升用户体验,保证生态繁荣的重要工具。2023年“双11”期间,淘宝上线AI导购助手“淘宝问问”,力求精准匹配产品需求,显著缩短从“种草”到“交易”的全路径,提高了“双11”平台电商转化率。

京东建立NeuHub人工智能开放平台帮助商家搭建智能供应链,降低商品从生产到出厂的周期,推出言犀大模型、AI辅助设计电商海报、“AI由你创”AIGC创作大赛等鼓励商家借助AI优化内容营销。

消费模式的转变及人工智能的发展,正在改变中国及海外电商市场的格局。王与剑进一步指出,AI不仅可用于电商平台在国内市场的业务,还可以全方位赋能跨境电商,从洞察、设计、选品、运营、客服、营销、供应链等各个环节,为跨境电商企业提供智能化的解决方案,这也是跨境电商平台可以挖掘更多商业机会的方向。 据《证券时报》聂英好/文

业界简报

2024年全球运营商5G收入将增长32%

根据研究机构Juniper Research预测,2024年,5G Advanced(5GA)和RedCap将帮助运营商从5G网络中获得4000亿美元的服务收入,比2023年增长32%。

报告称,随着消费者5G普及率趋于饱和,运营商需要新功能释放5G收入潜力,因此“必须”推出面向企业物联网用户的5G服务。5G-Advanced和5G RedCap将成为促进服务收入进一步增长的关键技术。

报告称,5G Advanced将为运营商带来新的机遇,能加强5G对XR、VR和AR应用的支持,同时人工智能和机器学习将成为提高网络性能的关键。

Juniper Research预测,到2028年,将有超过3.6亿台5G物联网设备使用公共网络,而在2024年,这一数字仅为3500万台。

据《人民邮电报》临渊/文

Meta发布开源大模型可免费用于商业用途

青岛财经日报/首页新闻讯 近日,Meta宣布推出全新开源大模型Code Llama 70B。Code Llama 70B在HumanEval基准测试中的准确率达到了53%。

Code Llama以Llama 2为基础,可以帮助开发者根据提示创建代码,并调试人工编写的代码。Meta表示,Code Llama 70B可以处理更多的内容,更好地帮助开发者处理编程时遇到的问题。

Meta表示,这是“Code Llama家族中体量最大、性能最好的模型版本”。Code Llama 70B与先前其他家族模型一样提供三种版本,且均可免费用于研究和商业用途。

从基准测试结果来看,Code Llama的表现优于编码专用的开源Llama,甚至超越了Llama 2。

去年半导体行业收入英特尔重返全球第一

青岛财经日报/首页新闻讯 市场研究机构Counterpoint Research近日发布的2023年全球半导体行业收入报告显示,英特尔重返收入第一。

报告称,2023年全球半导体行业的收入下降了8.8%,此外收入排名相比上一年也发生了变化,并且前10大半导体公司收入占全球半导体行业收入的55%。

数据显示,英特尔2023年的收入为505亿美元(约合人民币3626亿元),下滑15%,但由于降幅没有三星那么多,因此成功超越三星登顶第一。

2023年,三星半导体芯片部门的收入为434亿美元(约合人民币3116亿元),下降了38%,位居第二。

由于人工智能的加速发展,英伟达在2023年绝对是半导体行业炙手可热“明星”,2023年其收入为303亿美元(约合人民币2176亿元),增长了86%,位居第三,同时也是其有史以来首次进入前5名。

3D打印电子皮肤有弯曲和感知能力

近日,美国和印度科学家携手,利用具有可调谐电子和热生物传感能力的纳米工程水凝胶,借助3D打印技术,开发出一种新型电子皮肤。新皮肤可像人类皮肤一样弯曲、拉伸,并具有感知能力,有望应用于机器人、假肢、可穿戴设备、运动和健身、安全系统和人机交互等领域。

人类皮肤是大脑与外界连接的“桥梁”,通过触摸、温度和压力为人体提供丰富的反馈。而电子皮肤未来有望应用于多个领域,比如,持续监测用户的运动、体温、心率和血压等生命体征的可穿戴设备。

最新研究负责人、得克萨斯农工大学生物医学工程系教授阿希列什·贾哈沃指出,为创建电子皮肤,必须开发出耐用材料。这些材料应兼具模仿人类皮肤的灵活性,包含生物电传感能力,以及采用适合可穿戴或植入式设备的制造技术。为此,他们开发出了一种纳米工程水凝胶。

研究人员利用二硫化钼纳米中的“原子缺陷”,使其能实现高导电性。这些专门设计的二硫化钼纳米颗粒充当交联剂,形成水凝胶,并赋予电子皮肤导电性和导热性。

研究人员在基于水凝胶的系统内引入了“三重交联”策略。水凝胶更容易处理和操作,解决了3D打印技术开发电子皮肤遇到的一些问题,有助构建复杂的2D和3D电子结构。水凝胶也让新电子皮肤能更好地顺应并黏附在动态、潮湿的生物表面上,而这对医疗保健尤为重要。

据《科技日报》刘霞/文

2030年全固态电池有望实现产业化

我国能否顺利闯过固态电池技术和量产关口,是确保实现汽车强国、保持全球领先地位的关键一战。

凭借高能量密度和安全性等多维优势,全固态电池被视为未来电池的终极形态。中国科学院院士、清华大学教授欧阳明高日前在中国全固态电池产学研协同创新平台成立大会上表示,全固态电池是下一代电池技术竞争的关键制高点,相较液态电池具备颠覆性的技术潜力。

现阶段,全固态电池产业化仍然面临一系列科学难题。有动力电池厂商人士表示,电极材料和电解质材料是全固态电池主要的技术难点。欧阳明高预计,全固态电池2030年有望实现产业化。

全固态电池产业化稳步推进

作为下一代电池首选方案之一,全固态电池已被我国列入国家发展战略。

2020年国务院发布的《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》指出,加快固态动力电池技术研发及产业化,这是首次将固态电池研发上升到国家层面。2024年1月9日,工业和信息化部副部长辛国斌在国新办新闻发布会上表示,支持企业开展联合创新,加大全固态电池等技术攻关,进一步提升产品市场竞争力。

在国家政策支持下,尽管学术研究领域暂时落后,但我国全固态电池的产业化仍在稳步推进。

从专利数量来看,我国和布局较早的日本还有一定差距——2022年7月《日经中文网》的一项调查数据显示,2000年至2022年3月末,丰田拥有1300多项全固态电池专利技术;而根据智慧芽全球专利数据库,截至2023年10月,我国拥有全固态电池授权专利最多的企业专利数量也不足100项。

“从学术角度来看,日本确实在全固态电池的技术储备比较好,但是我们现在也追得很快,从成果的角度没有差多少。”有关业内人士表示。

广汽埃安在2023年年末表示,将于2026年实现全固态电池的量产装车,首发高端品牌昊铂;长安汽车计划于2027年之前推动重量能量密度达到350—500瓦时/千克、体积能量密度750—1000瓦时/升的全固态电池,2030年实现

全面普及。

而2008年就开始从事全固态电池研究的丰田则将全固态电池预计量产时间从2027年推迟到了2030年以后。

中国电动汽车百人会副理事长董扬认为,日本在研发和专利方面的优势,不一定意味着日本在固态电池领域的胜势,一方面,我国目前固态动力电池研究并不落后,在世界科学期刊发表文章数已居世界第一;另一方面,日本虽然在研发方面处于强势,但中国有全球最大的新能源汽车市场,未来在固态电池的产业化方面有望实现领先。

关键材料厂商加速技术升级

中国电动汽车百人会理事长陈清泰在上述全固态电池大会上表示,我国是否能够顺利闯过固态电池技术和量产关口,是确保实现汽车强国、保持全球领先地位的关键一战。

现阶段,全固态电池产业仍需持续提升关键材料等基础支撑能力,不断夯实全固态电池发展的基础。

正极材料仍然是决定全固态锂电池能量密度的关键因素,国信证券预计2030年全国固态电池正极需求量为1.9万吨,市场空间约为56.5亿元。

理论而言,全固态电池正极仍可沿用现在的磷酸铁锂、三元材料等体系,但现有材料电池能量密度难以进一步提升。

“肯定是高电压会合适一点。”上述机构研究人员称。其中,富锂锰基作为新兴正极材料具有

来源:第一财经 李泓霖/文