

2021中国社区团购市场规模超千亿 存在虚假促销、信息泄露等八大乱象

■新快报记者 郑志辉

社区团购是近几年的热门投资赛道之一,2021年,中国社区团购赛道上有起有落,既有兴盛优选半年内连续三次获投资、阿里成立MMC事业群主攻社区团购项目等喜讯,也发生很多倒闭、关停、裁员事件。

根据第三方智库网经社电商研究中心最新发布的《2021年度中国社区团购市场数据报告》,2021年中国社区团购市场交易规模达到1205.1亿元,同比增长60.4%。值得留意的是,从2018年到2021年,社区团购飞速发展,其中2019年增速达到最高,为300%;之后两年,虽然社区团购交易规模保持增长,但是增速呈现“断崖式”下降。2021年社区团购增速从三位数增长降到了两位数。

社区团购的定义为,以社区为中心,以团长为分发节点,社区居民通过微信群、小程序等工具团购水果生鲜、日化美妆等。平台根据订单发货至团长,最终用户线下自提或团长配送从而

完成购物流程。

根据此定义,社区团购产业链中的企业包括原生创业型的,如石榴拼拼、壹家仓、十荟团、知花知果等;供应链服务型,如订单兔、比邻客、比诺牛等;快消B2B型,如兴盛优选、美菜网;零售型,如朴朴、钱大妈、康品汇等;平台孵化型,如多多买菜、美团优选、淘鲜达等。

近年来,社区团购用户规模迅速增长,2016到2018年,用户规模从0.95亿人到3.35亿人,上升至58.01%。2019年用户规模继续保持增长,增速平稳下滑,2020年增速为近五年来最低,2021年又有回升,团购用户规模达到6.46亿人,同比增长37.44%。

此外,2018-2020年社区团购人均年消费额(增速)分别为25.37元、80.95元(219.07%)、159.57元(97.12%)。2019年增速达到顶峰,此后两年迅速回落。2021年国内社区团购人均年消费额为206元,同比增长29.09%。

2021年我国社区团购融资数为10起,总额为285.9亿元,同比增长63.55%。总的来说,社区团购融资爆发



期已过,2018年融资金额增速超3000%,此后三年日趋平稳。

2021年社区团购“死亡”数为5家,分别为菜鸟团、考拉精选、邻邻壹、拼拼有礼、蜜橙生活。从成立时间来看,菜鸟团成立时间为近七年,最短的为拼拼有礼,成立仅一年。

另据网经社“电诉宝”数据表明,2021年社区团购被投诉问题主要表现为八种乱象:退款问题、发货问题、商品质量、虚假促销、售后服务、信息泄露、冻结商家资金、出票不及时等。涉及投诉较多的社区团购平台有:兴盛优选、十荟团、每日一淘等。

小家电市场正在“退烧”,空气炸锅还能火多久?

新快报讯 记者陈学东报道 宣称不用油就能“炸”出酥脆感的空气炸锅,成为了近期最为热门的小家电。空气炸锅的火热,让行业刮起了一股上市风暴。2月18日,“空气炸锅第一股”比依股份(603215.SH)登陆A股。公司随即开启涨停模式,6天收获6个涨停板,受到业界高度关注。如今的小家电市场正在“退烧”,空气炸锅还能火多久?

国内外市场同步快速增长

在进入2021年之后,小家电市场就明显冷了许多。疫情得到了稳定的控制,人们在室内生活的时间不多,厨房内的一些小家电便受到冷落。

2021年上半年,国内小家电零售额总计250.8亿元,同比下降8.6%,零售量1.19亿台,同比下降8.2%。小家电红得快,凉得也快,那么,真如行业专家所说,小家电行业需要一款爆款产品来拯救吗?

“炸、烤”是厨房烹饪的主要形式之一,针对这一需求,空气炸锅及空气烤箱产品凭借其健康、便捷的特征,受到消费者的广泛喜爱;叠加2020年疫情对居家类需求的促进,国内外市场开启了快速增长,成为当前厨房小家电市场中增长较快的新品类。

春节之前,京东、国美零售、苏宁易购等家电渠道商发布的年货节数据显示,空气炸锅等厨房小家电颇受消费者欢迎。1月25日,京东小时购、京东到家数据显示,省心省时的空气炸锅、面包机等厨房料理神器销售额同比增长超10倍。

国外市场对空气炸锅的喜爱程度也呈倍数增长。据NPD集团对家居行业零售销售情况的持续追踪数据显示,从2020年1月份到2021年12月份,美国市场上共售出了2560万台空气炸锅,这两年销售额同比增长76%。

据泛博瑞线上监测数据显示,2021年全年,空气炸锅累计销售额超过30亿



元,累计零售量超过1000万台,线上依然是空气炸锅销售的重要渠道。生产企业、渠道商依托种草文化、直播带货等网络新兴模式,让众多年轻消费者忍不住对空气炸锅“出手”。

根据Statista数据,2020年全球厨房小家电市场为1146亿美元,2013-2020年CAGR为4%,其中美国销售额达99亿美元,CAGR为5%。而空气炸锅品牌2019年在美国市场销售达到4.1亿美元,2015-2019年CAGR为40%,且预计2020年受疫情影响,整体增长仍有加速。整体上,空气炸锅虽然规模仍相对较小,但过去几年维持快于行业的增速。

空气炸锅还能火多久?

空气炸锅在国内火起来也不过几年时间,各路空气炸锅企业摩拳擦掌,在天眼查上搜索空气炸锅,有超过五百家企业,随着越来越多的企业入局,比依股份将面临着更加激烈的市场竞争。且伴随空气炸锅市场持续扩容,厨房小电核心品牌如美苏九小熊等积极参与竞争,整体行业均价逐步下行;淘数据显示,空气炸锅行业均价由2018年的488元持续下行至2021年的335元;其中美的、苏泊尔于2019年开始加大

对空气炸锅的投入,而后份额持续提升;2021年美的、苏泊尔、九阳、小熊的行业销售额份额分别为14.7%、15.7%、16.4%及5.9%。

赛道非常拥挤,很容易把市场做“滥”。不难看出,小家电市场的技术壁垒以及进入门槛都相对低下,对小家电市场来讲,也是弊病之一。作为新晋的“闲置”网红,空气炸锅不止光鲜的一面,当市场回归理性或者下一个爆品出现后,以“健康”为卖点的空气炸锅还能香多久?不得而知。

空气炸锅走红本是基于年轻消费者“精致”消费理念的流行。而在爆火之后,市场开始趋于平稳,消费者的消费理念也开始回归理性,在尝鲜、猎奇之外,他们开始关注性价比,重视产品本身对生活质量的提升。就空气炸锅而言,如果想要持续赢得青睐,就必须在外观、功能等方面持续突破,而要做到这一点,需要从业企业在消费需求洞察、技术积累、工业设计等多方面做出努力。



一起了解更多3C前沿资讯

2022产业互联网安全趋势: “共建模式”是唯一路径 勒索病毒威胁依然严峻

新快报讯 根据人民邮电报、中国信息安全、腾讯安全联合实验室等联合最新发布的《2022产业互联网安全十大趋势》报告指出,2022年将是产业安全深化发展至关重要的一年:政策法规从“立”向“行”,新技术、新应用不断兴起,新领域需求不断涌现,千亿级别的市场的安全产业正加速绘就新图景,为高质量发展夯实基础、筑牢屏障。

根据报告,当前数字经济正处于创新周期,各种新应用、新模式、新技术不断出现,同时也在与工业、农业、金融、传媒等传统行业相互交融,衍生出更多的机遇与挑战。安全产业本身是一个迭代极其快速的行业,“共建模式”是建立下一个十年更完善生态体系的唯一路径,新的应用、操作系统和新的开源思路持续更新,使产业永远处于共建的进程当中。

技术是产业安全的内核。一方面,行业面临着计算技术和基础架构的变革,云原生架构下的安全运营将显著变化,国内容器安全市场相较2021年将有2-3倍增幅。另一方面,伴随人工智能技术的不断发展,基于AI的安全博弈进一步加强,攻防双方自动化水平提升,深度伪造的安全对抗成为突出问题。

《趋势》还指出,威胁自动化检测与响应相关技术通过不断提升威胁智能感知、智能决策与处置的自动化水平和能力,将最大化利用企业碎片化的安全能力,缓解企业安全建设中的资金、人力等压力,进一步促进安全产业的合作与技术的协同发展。

此外,勒索病毒的威胁在2022年依然严峻。2021年勒索市场总额超过200亿美元,单笔最高赎金达4000万美元,预计该数字将在2022年很快被打破。

(郑志辉)