

企事录

碳酸饮料商转战高端瓶装水市场

事件:近日,可口可乐天猫中国官方旗舰店悄然上线了Valser 高端瓶装水。一瓶330毫升的气泡水正价近13元;最贵的750毫升的玻璃瓶装水,没打折前的价格在64元左右。而在中国市场,通常8元以上的水就被认为是高端水。

在碳酸饮料销量连续下滑的背景下,可口可乐的产品也开始更多迎合人们对低糖、无糖饮料的偏好。

点评:过去两年,中国高端瓶装水以每年80%的增速抢走了不少市场份额。比起中低端瓶装水平均3%左右的利润率,高端水高达20%的利润率显然更赚钱。而在中国市场,高端水还属正在兴起的概念产品,目前国产高端水市场份额不到15%,越来越多的国外品牌都在把高端水产品引入中国。

现在看来,在中国,高端水的溢价主要还是依靠水源地故事、包装设计和广告三种手段来推动市场销量,还没有进入到靠理念带动市场的阶段。

也就是说,要想让消费者花十几块钱甚至几十块钱买一瓶水,饮料公司首先得为消费者创造此类购买欲望。在人们心中已是碳酸饮料“化身”的可口可乐是否能做到这一点呢?

亚马逊推出智能穿衣助手

事件:日前,亚马逊宣布推出一个外貌类似加长版摄像头的智能穿衣助手Echo Look。这款智能设备由内置LED灯、麦克风和一個底座组成,可以装在墙上或独立放置,它的功能是帮助客户解决穿搭难题。

据官网信息介绍,通过语音指令,Echo Look可以360度无死角拍摄照片或是短视频,以便让用户“从很少见的角度检查自己的衣着打扮”,而这些影像资料也会同步上传到电脑上。

点评:Echo Look是继智能音响Echo之后,亚马逊在人工智能领域推出的又一新招。在商业价值上,前者显然比后者有更多的想象空间。

最为直观的是,存储了用户身材外观和穿衣喜好的Echo Look或许可以帮助亚马逊“卖衣服”。毕竟,在个性化生成的穿搭指南中直接加入亚马逊的购买链接是轻而易举的事情。

不过,也有人表达了他们的担忧。购买这款售价199.99美元的智能穿衣镜则意味着用户允许亚马逊把麦克风 and 摄像机装进自己的卧室,这是否能杜绝隐私泄露还有待观察。况且,最近物理学家霍金还公开表示,人工智能需要被约束,任其自行发展可能会给人类带来灾难。

全球应用下载量和营收再破纪录

事件:应用市场研究公司App Annie发布最新报告显示,今年第一季度,移动应用下载量和营收均创下历史新高。包含iOS和Android平台在内,全球应用下载量同比增长15%,达到250亿次。此外,第一季度,用户在应用中的消费同比增长45%,超过150亿美元。

App Annie认为,以iOS的用户消费来看,中国目前排名第一,而中国也是iOS应用营收增长的主要贡献者。报告预计,在2021年之前,中国将一直保持这样的地位。

点评:在应用市场上花钱成为越来越常见的消费方式。作为移动智能设备使用大国,中国在其中排名第一也是情理之中。

值得注意的是,由于安卓系统是开放系统,若把众多第三方应用商店的营收一并纳入,那么安卓系统今年预计在应用营收上会超越iOS系统。

这就又涉及到一个老话题,即开放系统和封闭系统孰优孰劣的问题。特别是前一阵微信公众号关闭iOS系统打赏功能,也让众多手机用户和开发者展开了辩论。

当然,无论是哪一方,只要能在自己的领域里将产品做到既高质量又具人性化,相信用户都会买单的。

(本报记者 罗筱晓)

我国团餐百强企业年销售额增幅超三成

据新华社电 (记者雷敏)中国烹饪协会日前发布的数据显示,2016年全国团餐百强企业总销售额达601亿元,比2015年增长36%。就全行业来说,团餐企业总销售额增幅达20%以上,超过餐饮业整体增速。

中国烹饪协会会长姜俊贤在北京召开的2017第十二届中国国际团餐产业大会上说,调查显示,目前国内团餐服务涉及7亿至8亿人的就餐市场。团餐消费者以学生和白领群体占比最高,年龄段占比最高的为80后、90后人群,这类人群对团餐健康品质的追求明显高于价格、菜量等因素。姜俊贤提出,团餐市场在高速发展的同时,也面临三大挑战:一是团餐企业缺乏统一的评价标准和评价体系。无论是纯劳务模式、代采购模式,或者全承包模式都缺乏统一标准。由此带来的是团餐企业间的恶性竞争、竞相压价,不利于行业健康发展。

二是食品安全成为团餐企业的命脉。团餐企业每天要服务庞大的消费群体,一旦发生食品安全问题,会给企业甚至整个行业带来致命影响。

三是供给侧结构性改革给团餐企业提出更高要求。团餐企业服务的消费者是高度集中、有组织的,这给团餐企业实现产品标准化、工业化、规模化,以及降低人工成本等方面提出了挑战。

三大通信运营商开启新一轮提速降费

5月1日,浙江嘉兴一名消费者在手机上设置“省流量模式”。5月起,中国移动、联通、电信三大运营商将正式启动新一轮提速降费,其中国际长途电话费率先在5月1日起大幅下降。

新华社发(金鹏 摄)

多肉植物“疯长”不止 花市“黑马”能跑多远

本报记者 刘旭

眼下,在沈阳市小津桥花鸟鱼市场的“萌萌多肉植物店”门前,人流如织的场景已成为常态。5个月前,这家店低价卖完了所有茉莉、杜鹃等花草植物,转行摆上了50个品种的多肉植物。店主张惠丽告诉记者,如今售卖多肉植物比之前至少多赚5倍。

最近几年,凭借茎叶肥厚、体态娇小、品种繁多、易于养活等特点,多肉植物迅速拥有了大量的发烧友,由此催生出多肉种植、观赏体验、微景观制作培训等一系列产业链。与此同时,多肉植物市场中的“疯长”现象也陆续出现,一些进口多肉植物因未经检疫存在“生物安全风险”,商家以次充好等问题时有发生。伴随着市场暴利时代的终结,一度销售火爆的花市“黑马”还能跑多远?

小“多肉”撑起大市场

走进大棚,放眼一望,50万株颜色形态各异的多肉植物整齐排列在方型塑料格子里。展示区内,不同品种的多肉植物形成“山林”“沙滩”等各类微景观,颇为赏心悦目……

近日,记者来到位于沈阳市绿馨花卉基地中的多肉种植体验园。在展示台随手指向已经拼成景观的展示品问价,要价都在三五百元。据了解,这里聚集了50余户多肉植物种植户,每户年收入少的有几十万元,多的能达到二三百万元。

“放在办公室电脑前防辐射,名字好听寓意好”。种植户李安平滔滔不绝地向顾客介绍着多肉植物的好处。

资料显示,多肉植物属于植物根、茎、叶营养器官肥大的高等植物,全世界有一万余种。养殖观赏多肉植物在日本、韩国等国家已经流行了10多年,近几年才在国内流行。

记者随后在一家网上商城发现,专门销售多肉的店铺达6000余家,普遍的销售价格为10元以内,销量最高的一款多肉组合,售价为19.8元,月销量高达8万笔。李安平告诉记者,2015年他开始种植、销售多肉植物时,当年沈阳市场规模就超过15亿元。到今年,加上陶瓷、花盆、书籍等衍生品的带动,



图为养殖户在多肉植物大棚内照看多肉植物。

曹建雄 摄/中新社

沈阳多肉植物市场规模已经达到数十亿元。

未经检疫、以次充好频现

“一入肉门深似海,从此肉友难回头”,多肉植物发烧友崔松屹颇为感慨地说。

据他介绍,身边的发烧友们多将本地常见的多肉植物称为“普货”,但要想拥有一株“稀罕货”,要从欧洲、日本、韩国等地进口,单株价格从几百元到上万元不等,生长了7、8年以上的多肉植物,被称为“老桩”。现在,他的一株名为“女王花笠”的“老桩”,市价达1500元。

据了解,一些多肉植物发烧友往往通过海淘直邮的方式从国外购买多肉植物。然而,值得警惕的是,这些多肉植物却极易引发“生物安全风险”。

4月6日,大连海关向辽宁检验检疫局移交查

其实,这背后无外乎是企业的生态之争,同时也是以“卖货”为中心的传统零售向以“抢人”为中心的新零售转型的一种趋势。各方都希望通过各种方式近距离接触生态合作伙伴,以抢夺更多的合作伙伴和用户,以此发展新业务。其中的商业逻辑是:零售商家需要用更方便的支付服务来争夺消费者,而支付服务商就要争取更多的商家,实现自身最大化发展。同时支付服务商掌握了消费者的支付习惯和数据后,反过来可以再服务商家,让商家更加离不开支付服务商。

谁能更方便消费者,谁更能满足商家需求,谁就能在支付市场上获得先机。因此,蚂蚁金服、微信支付等均使出浑身解数,不断用各种手段扩大移动支付的使用范围,培养使用习惯。春晚红包大战、双十一晚会直播互动、滴滴打车、支付宝奖励金便是典型的例子。

但事物都有两面性,无现金社会是否真的如看上去那样美好吗?无现金支付如何实现“用上去无忧”,不仅是理想照进现实的跨时代问题,也需有关部门和企业提前考量、防微杜渐。

获的3000余株多肉植物。辽宁出入境检验检疫局动植物处处长董春华表示,这些多肉植物没有办理检疫审批手续,也没有国外官方的植物检疫证书。事实上,多肉植物易携带各类病虫害,特别是蛱虫等检疫性有害生物,例如根茎处随附的土壤会携带线虫、微生物、放线菌等有害生物,一旦扩散,会对我国生态环境和农林业生产造成严重损害。

根据《进出境动植物检疫法》规定,输入动植物、动植物产品和其他检疫物,必须事先提出申请,办理检疫审批手续,取得许可证。

然而,记者走访了多家多肉植物销售店铺,包括位于城郊的多肉种植基地,商家均不会主动出示检疫证明,部分商家甚至根本不清楚进口植物需要检疫。

另外,大部分发烧友对多肉植物往往了解不足,

电商物流与快递从业人员调查结果首次发布 快递行业体力劳动特征明显

本报讯 (记者王群)日前,中国物流与采购联合会对外发布了2017年中国电商物流与快递从业人员调查结果,这也是我国首次针对电商物流与快递从业人员展开的调查。数据显示,从业人员中男性占绝大多数,占比近90%,35岁以下的青壮年占80%以上,是从业人员的主力军,反映出电商物流与快递行业体力劳动特征明显。在工作地点上,本省就业成为首选,调查中约75%的人选择本省就业,农村户籍和城镇户籍选择本省就业的比例分别为70%和80%。

收入水平方面,74.6%的快递从业人员月平均收入在3001元~5000元,14.94%的人在5001元~6000元,5.5%的人在6001元~8000元,月平均收入在8001元以上的占1.44%。

调查中,77.24%的从业者建议企业改变工资计算方式。据了解,快递员薪资构成一般是“基本工资+计件工资”。一般情况下,快递员收入的高低主要取决于所负责区域的送件量和揽件量,快递员则往往只能被动接受区域现状。另有64.08%的人认为管理机制不合理,60.62%的人认为绩效考核方法需要调整,42.01%的人认为工作流程上需要优化。

报告还反映出快递行业普遍存在的工作强度较高等问题。调查中,平均每天工作时间8~12个小时的人占到86.66%,占比近九成。近80%的人认为与过去两年相比,工作强度有所增强。

据了解,本次调查是中国物流与采购联合会联合京东、顺丰、苏宁等行业骨干企业共同发起,调查问卷直接推送到一线人员,由被调查者自愿、独立完成。



多产业拉动大兴安岭林区民生改善

为了保护生态环境,大兴安岭国有重点林区自2015年始全面停止天然林商业性采伐,为了提高林区居民收入,改善当地经济面貌,当地林业局积极引进外资,通过发展生态旅游、毛皮动物养殖、绿色食品开发等产业,既解决了部分林业转岗职工的就业问题,也改善了地方产业结构。图为当地一家占地30万平方米的毛皮动物养殖基地。

本报记者 吴凡 摄

厦门自贸区首开至莫斯科直达班列

本报讯 (记者吴锋忠 通讯员刘秋婷)4月21日,厦门自贸区开出首列厦门至莫斯科的直达中欧班列,整列班列载有日用品、化工品、建材等货物。这是厦门新开行的第一趟直达至俄罗斯的中欧快速货运班列,也是从厦门自贸区开出的第138趟中欧班列。

据了解,该趟班列始发地为厦门东孚站,出境站

星箭玻璃为“天舟”披“铠甲”

本报讯 (特约记者朱润胜 通讯员王继军)近日,我国自主研发的首艘货运飞船“天舟一号”成功发射,由河北秦皇岛星箭特种玻璃有限公司生产的1万余片抗辐照玻璃盖片伴随“天舟”遨游太空,为飞船披上了“护身铠甲”。

此次该公司生产的“天舟一号”货运飞船太阳能电池方阵上的玻璃盖片,全部为大尺寸柔性抗辐照玻璃新产品,包括三种尺寸规格,共有1.1万片,这

为内蒙古满洲里,终点站为俄罗斯莫斯科的昆采沃,全程运行时间14天。据厦门海投集团总经理助理姜敬东介绍,货源主要以厦门和周边400公里到500公里范围内的货源为基础,同时充分发挥厦门“海丝”“路丝”枢纽节点的作用,货物以服装、鞋帽、石材、机械、玩具、日用化工品、纺织品、建材等产品为主,返程货源正在积极组织中。

些玻璃盖片具有柔韧度强、重量轻、抗辐照能力强、高透过率等技术特点,是星箭公司历时一年时间研制出来的。据星箭公司总经理卢勇介绍,此次为“天舟一号”提供的柔性抗辐照玻璃盖片,从调配配方到制作工艺都做了很大改进,在玻璃尺寸、抗辐射强度等方面都比原来增加了一倍,产品强度能达到600兆帕以上,既保护了太阳能电池免受太空有害离子撞击,又保证了光电转换效率。