

企事录

国内最大假冒运动鞋案告破

事件:近日,安徽蚌埠警方历时一年多,破获了一起假冒品牌运动鞋案,查扣各类假冒品牌运动鞋50余万双,涉案金额达6亿多元,这也是目前国内最大的假冒品牌运动鞋案。

通过侦查,警方锁定了目标,即一家隐藏在合法鞋业工厂中的造假厂。在之后的查封抓捕行动中还发现,除了生产规模大,这家制售假鞋厂内部分工相当细化和明确,从生产、管理、销售到售后,每个环节都有专门的部门运营管理,甚至还设有“质检部”,工厂最多的时候估计有一千多人。

点评:假冒劣质产品通过“质检”,再集中出口到国外,这起国内最大的假冒品牌运动鞋案可谓“颇具生产规模”。据了解,这些假冒品牌运动鞋一双成本仅十几元,最高不超过20元。分销商在成本价上加两三元,就可以把货提走了,这无疑会大大抢占了正品鞋的市场,给商标权利人品牌声誉和收益造成重大损失。

运动品牌被假冒早已不是新鲜事,前一阵子在国内也出现过“海淘买来国内生产的假货”事件,这背后的原因既有大品牌的利益诱惑,更有相关部门的监管不力。

从短期来看,这类现象只是侵害了消费者权益和商标所有企业的利益,但长此以往,最终受伤害的还是整个市场。

哔哩哔哩影业股份遭大股东“甩卖”

事件:根据上海联合产权交易所网站近日公布的一则股权转让公告显示,哔哩哔哩影业(天津)有限公司(以下简称哔哩哔哩影业)的最大股东尚世影业,将其所占的45%股权以200万元人民币全部转让。而根据网站所披露的财务数据,哔哩哔哩影业在2016年的净利润为负值。相关资料显示,哔哩哔哩影业先后参与了《神探夏洛克特别篇:可恶的新娘》《精灵王座》等电影项目,但从票房来看,影片的收益并不理想。

点评:2015年12月份,估值超17亿元的B站(即bilibili,现为国内最大的年轻人潮流文化娱乐社区)牵手尚世影业成立影视公司,强强联手让业内对二次元内容影视变现生发出无数期待。如今,影业公司的黯淡从一个侧面反应一部分视频网站的变现困境。

虽然广受95后、00后的欢迎,但在资本和主流付费群体等方面,它们都很难与腾讯视频、爱奇艺等网站抗衡。此前,该公司曾多次进行了商业变现尝试,但其推出的15秒贴片广告和“会员制”付费会员的尝试都不理想。

其实,相对于其他依靠广告和会员盈利的视频网站,这类公司还应该找准自己的目标群体,并且要在衍生品上多下功夫,通过视频产品带动衍生品市场,再从中寻求变现的可能,这是一个可以尝试的突围办法。

养老产业商机无限

事件:在近日召开的中国养老金融50人论坛2017年国际峰会上,面对中国已超过2.2亿的60岁以上人口,“养老服务”再度成为热点探讨话题。

仅以养老机构为例,截至2016年末,中国共有养老机构2.8万个,养老床位680万张,每千名老人拥有养老床位数为26张。按照国际通行5%的老人需要进入机构养老标准,中国目前养老床位缺口达320多万张。面对巨大需求,政府也对养老产业日益重视,鼓励社会资本兴办老年服务业。

点评:近年来,我国养老产业已进入快速发展阶段,如在智慧养老行业中,2016年的总融资额为8758万美元,创下了历史新高。

尽管市场需求、政策环境等发展条件都已较为成熟,但我国的养老产业依然存在模式滞后难题。比如,现在大部分养老机构都是非盈利性的,但一个合理的格局应该是盈利性养老机构和非盈利性养老机构并存。

另外,与西方发达国家相比,我国养老产业在服务类型和功能上尚需进一步细化,形成专业化和体系化,这也将成为今后养老产业发展的方向。

(本报记者 方大丰)

“北上深杭”成大数据企业聚集地

本报讯 (记者王群)根据北京市长城企业战略研究所日前发布的《2016中国大数据独角兽企业发展报告》显示,在大数据领域,我国已经出现4家估值超过100亿美元的超级独角兽企业,分别是蚂蚁金服(估值750亿美元)、滴滴出行(估值500亿美元)、美团点评(估值178.8亿美元)、今日头条(估值103亿美元),4家估值之和占总估值比例达到67.1%。

报告显示,“北上深杭”是目前大数据企业的主要聚集地,这一特征与中国独角兽企业的分布情况保持一致。其中,北京大数据技术企业最为集中,上海、深圳在金融大数据领域表现不俗,杭州仍然是蚂蚁金服和菜鸟网络独占鳌头。互联网平台则成为大数据独角兽企业最重要的孵化器,且将继续延伸出更多的大数据创新企业。

具体来看,2016年中国大数据独角兽榜单中,金融、大数据技术、物流三大领域的独角兽企业数量最为集中,占企业总数量的65.52%。总体来看,大数据独角兽企业总估值2109.5亿美元,其中49.10%来源于金融领域,25.12%来自出行领域,8.48%来自生活服务领域。2016年中国大数据准独角兽企业,依然在大数据技术和金融领域较为集中,并在教育领域涌现出5家企业。而以估值计,文化传媒、交通出行、教育和企业服务领域的准独角兽企业平均估值较高。

值得关注的是,虽然“北上深杭”以其资源环境优势培育了大量的大数据独角兽企业,但是以贵州货车帮、厦门美柚为代表,在我国很多其他地区也正在出现大数据(准)独角兽企业,大数据领域的竞争才刚刚开始。

分析认为,中国在海量的数据供给、活跃的创新生态和巨大的市场需求这三个方面拥有全球领先的优势,中国将有望成为全球大数据创新最活跃的地区,并有很大机会引领全球大数据产业发展。

全面二孩政策效应逐步显现,无处不在的互联网成为撬动亲子消费市场的有力杠杆

万亿级亲子经济来袭

本报记者 张翀

暑假将至,很多家长在为孩子张罗暑假生活的同时,往往也会陷入另一种苦恼:当“熊孩子”(网络多指那些调皮不守规矩的孩子)惹祸现象频发,如何照顾和搞定拥有大把闲暇时间的“熊孩子”已经成为让很多父母头疼的问题。

随着全面二孩政策的实施,配合消费升级、育儿新观念等利好因素,新一代的80后、90后家长往往更加关注孩子的成长,尤其是当他们开始独自面对让人头疼的“熊孩子”时,一股“亲子经济”热潮也开始愈演愈烈,并带动了整个儿童消费市场的强势增长。

可以预见,在未来一段时间内,亲子消费必将成为我国经济发展中的一大爆点。

在此种情况下,势头正盛的“亲子经济”自然不会放弃互联网这个有利的应用平台。在江城武汉,“亲子经济”已然站上了移动互联网的新风口。

“高规格”的“童宴”

随着暑假的日益临近,武汉市四年级的小学生小轩已经在谋划自己在暑期的生日活动了。

今年,小轩的父母给了他一个“特权”:可以在生日这天邀请平日里要好的同学一起聚会,而且聚会方式由他自己定。随后,小轩用自己的PAD在网络上选中了一家儿童拓展中心,还看中了一家专门为孩子的“童宴”提供全套服务的机构。

该机构所提供的“童宴”着实超出了小轩父母的想象力:会场、舞台、灯光、服装、司仪、摄影一应俱全;每一场宴会都会围绕一个主题,如冰雪奇缘的梦想、HELLO KITTY的甜蜜;一两个小时的聚会活动中,可能需要一个月的时间筹备。

这样“高规格”的“童宴”势必会花费不菲。

武汉的另外一家母婴企业同样把办亲子生日宴



视觉中国 供图



“六一”儿童节将至,和儿童相关的消费成为最近线上线下各路商家的主攻方向。东方IC 供图

业务作为企业新的盈利增长点,并推出相应的“童宴”套餐。其中,根据客户预算制定方案的不同,办一场小朋友宴会最低花费在6888元,最高达48888元,且必须提前一两个月预订。

事实上,这只是当下“亲子经济”异常火爆的冰山一角,随着全面二孩政策的推行,一个个和“亲子经济”相关的新业态也应运而生。

孩子托管蕴含商机

对于绝大多数瞄准儿童消费市场的企业而言,处于高速发展阶段的“亲子经济”无疑让他们捕捉到了潜力巨大的商机。

“本来只想将这些活动作为增值服务回馈给家长,没想到引来那么多非会员家长的关注。”武汉一家高端托管机构负责人介绍说,就在上个月,他们组织了三十多个家庭一起体验途经多家文物保护单位的武汉地铁6号线,没想到这种“文化之旅”却备受家长和孩子欢迎。“地铁琴台站墙面的主题是流水,还有古琴谱的艺术呈现,我们邀请了武汉音乐学院的老师陪同进行讲解。在汉正街站,因为有很多铜雕美术作品,我们又请了美院的专业老师进行讲解。孩子和家长们不仅要看得每座地铁站的玄机在哪里,还要在规定的时间完成相应的亲子任务。”

记者了解到,在小轩所在班级家长群里,7成以上的家长对周末或假期如何陪孩子玩比较感兴趣,8成家长则希望孩子在假期不只是看电影、逛游乐场,而是能在玩乐中提升综合素质。

武汉亲籽树楚天俱乐部便是此种需求背景下应运而生的。

记者了解到,亲籽树楚天俱乐部是一家针对不同年龄段孩子的特点开展亲子活动的亲子俱乐部,其创办者曾经是一位颇懂“遛娃”的妈妈,如今已经拥有千余名忠实粉丝会员。该俱乐部每周会组织至少两场活动,内容涵盖了户外拓展、体育竞技、益智手工、爱心公益等类别。例如,在俱乐部的跨年活动中,孩子们不光品尝到手工饺子的美味,还可以尽情在农家田野中自由奔跑。

据了解,每次该俱乐部的亲子活动预告一经公布,名额很快就会被“秒抢”。

搭上互联网的快车

值得一提的是,火爆的“亲子经济”大潮正在搭乘互联网这辆快车,向着更深更广的领域渗透,尤其

链接

儿童娱乐消费市场潜力巨大

海,其中儿童娱乐消费市场将有巨大的潜力,建议购物中心在寻求多样化的发展时,可将注意力更多地放在儿童娱乐消费市场上,借其市场规模的不断壮大顺势发展。

业内专家认为,未来儿童主题商业将呈现三大发展趋势。其一,是儿童主题商业将从重视单一儿童消费群体到注重家庭消费;其二,是将开创亲子都市微旅游,引发周末经济新活力;其三,是与最新潮的移动互联结合,保持消费者的清新感。

是和移动智能终端相关的亲子消费更是成为不可小觑的市场力量,亲子消费逐步呈现场景化、智能化、个性化的特征。

已经是两个孩子母亲的小轩妈妈。现在每天必做的一项功课,就是在一款app上浏览各类儿童营养餐。按照网上的菜谱安排两个孩子的早晚两餐,已经成为这位武汉都市白领生活的常态。

事实上,在移动互联网的渗透下,亲子经济已经搭上了互联网的快车。

例如,本地生活服务的O2O模式正通过深度服务和网络营销推出更多颇具吸引力的生活半径亲子服务,并且减少了用户选择和获取服务的成本,如游泳技能学习、亲子摄影等。

去年年底,一款推出仅几个月的亲子领域的移动端视频品牌便获得数百万元的天使投资,估值3000万元。相关数据显示,短短几个月内,这款短视频产品在移动端为主的全网播放量突破了3亿,粉丝破10万,最火视频仅秒拍播放量就超过2000万,而这正是因为它切中了时下最热门的亲子消费的巨大需求。

有专家表示,亲子市场正迎来互联网的洗礼,这对中国亲子市场来说是颠覆,更是一个引爆点。根据我国第五次人口普查的数据显示,国内0~3岁的婴幼儿总量高达7000万,0~6岁幼儿约有1.8亿,每年新生儿人口达到2000多万。

易观智库研究报告显示,预计2018年亲子行业市场规模有望突破3万亿元。

毫无疑问,随着不同亲子业态的逐步形成,各种现有的渠道布局、产业状态、人才体系等将被逐步分化,进而形成新的经济格局,在这个过程中,传统亲子消费市场也将面临大洗牌。

不管怎样,随着全面二孩政策效应的逐步显现,当“熊孩子”越来越多时,无处不在的互联网已成为撬动万亿级亲子消费市场的有力杠杆,“熊孩子互联网经济”的爆发也将成为必然。

乳企如何重获国人“芳心”

本报记者 张世光
实习生 张鼎霖 汪嘉義 常青桔桐

谈论当下的中国乳业,食品安全、国外产品质量、消费者信心是绕不过去的三个话题。

在近日召开的“2017中国国际乳业合作大会”上,多位业内人士不仅带来了诸多中国乳业发展的前沿资讯,也解读了自“2008年三聚氰胺”事件后,中国乳业重振消费者信心的艰难历程。

绕不过去的“三聚氰胺”

时至今日,诸多消费者依旧没有从“2008年三聚氰胺”的噩梦中惊醒,而这一事件的爆发,也充分暴露了中国乳企在前些年的发展中存在的问题。其中奶源问题尤其不能忽视。

“我们在十年前就看到了中国乳业的薄弱环节,这个薄弱环节就是奶源。当时的奶源是奶站式的,中间环节比较多,质量难以控制,特别是企业、奶站和饲养主体往往是不一致的,利益相关方的不一致便造成了奶站掺假事件时有发生。”飞鹤乳业副总裁肖光辉就奶源问题发表了见解。

包头轻工职业技术学院党委书记敖旭鹏认为,中国乳制品之所以出现问题,病根在于牧草被污染。“前些年,由于不恰当施用农药、化肥,导致土壤污染、重金属超标,进而导致饲草料不达标;其次,在奶牛养殖方面,由于大部分是散户饲养,无法完全做到科学管理,滥用抗生素、滥用兽药的现象较为严重。”

敖旭鹏表示,为从源头上解决奶源乃至乳品生产前端存在的问题,国内乳企应大力发展自有牧场,采取集种草、养牛、挤奶、加工、销售“五位一体”的全产业链发展模式,自行完成并监控每一环节,这样才能确保企业生产出高质量的产品,提高乳业的社会公信力。

发力规模化养殖

对于中国乳企而言,近年来,整个乳制品行业的规模化养殖水平逐步提高,小散乱的养牛、收奶模式开始得以改观。

至于规模化养殖对于乳品质量的益处,沈建忠认为,企业只有达到一定规模,才有条件投入资金改善生产设备、饲养设备,加强疾病防控措施,也才有潜力形成乳业全产业链模式,更好地在饲料、疾病防控等方面把好质量关。

据了解,随着规模化养殖水平的逐步提高,我国奶牛单产呈现可观增长——2015年,我国乳品企业平均奶牛单产为6吨,规模化养殖企业是8吨以上,而在2008年时,单产量只有4吨左右。

除了从源头上抓起,要确保产品的安全,严格的检测、监督、检查也同样不可缺少。

沈建忠表示,通过多年努力,现在奶制品的所有危害因素均有检测手段,并且这些检测手段已经成为国家标准,检测手段和检测方法的灵敏度跟国际水平并无差别。三元乳业的相关负责人表示,现在,不等政府监管部门检测,企业自身的检测就已经达到了近乎“白虐”的程度。“在牛奶本身的检测上,我们已经超过了欧盟的标准(欧盟一般的检测指标在30项左右),对原料奶的检测指标也已达到了52项。”

此外,国产奶在可追溯体系上也开始优于进口奶。“现在国内乳品企业的追溯体系已经建立起来,而进口产品很多是得不到追溯的”,黑龙江省完达山乳业总经理王景海在谈到奶制品追溯体系时认为,国内企业的追溯体系已经很完善,消费者一旦买了问题乳制品可以追究企业责任。

好奶如何才能卖得更好

近年来,国产奶业品牌在国外屡屡获得大奖。例

如,飞鹤奶粉获得了国际科技食品金奖,三元液态奶也获得了“巴黎食品科学奖”,这足以证明国产奶在质量安全方面存有保障。但是,国人的饮奶意识和习惯尚需进一步提升和改进。联合国食物安全委员会高级专家指导委员、国家食物与营养咨询委员会常务副主任梅方权院士表示,2015年,中国年人均饮奶量为36公斤,仅达世界平均水平的1/3,与东其他国家60公斤的数据相比也有一定差距。

为何牛奶消费增速如此缓慢?中国工程院院士刘旭先生认为,这主要是由于信息不对称,奶业宣传不到位,还有一些消费者仍未从“2008年三聚氰胺”事件中醒来。也就是说,中国乳业目前已取得快速发展,但消费群体还未完全恢复对国产乳品的信心,这一供需现状也提醒着国内乳企一方面需要密切联系目标消费者,另一方面需积极开拓消费市场。

沈建忠院士认为,面对数量庞大的潜在消费群体,我国乳企应积极普及全民饮奶知识,宣传饮奶好处,从而吸引更多人形成饮奶习惯,选购国产奶,重获国人“芳心”。

湖南明确国企改革时间表

本报讯 (记者方大丰)5月26日,湖南召开全省国资委系统深化国企改革工作推进会,明确了今年深化国企改革的重点目标任务,并列出了时间表。

其中,公司制改制、压缩管理层级、资本布局优化与企业整合重组、“僵尸企业”处置等改革措施将深入推

根据湖南省人民政府2017年《政府工作报告》的要求,2017年需全面完成省属企业公司制改制。本次会议则明确指出,对需要启动公司制改革的全民所有制企业,集团公司要加快申报改制立项,科学制订改制方案,加快推进有关工作,确保在2017年9月底之前,全面完成监管企业中各级全民所有制企业的公司制改革任务,逐步完善法人治理结构和党群组织机构,明确权利、责任和义务,规范公司运营,建立现代企业制度。

同时,针对机构臃肿、层级过多、力量分散的国企老本问题,会议要求2017年底之前,省属监管企业要将管理层级控制在3级以内,2017至2018年全省国资监管企业及所属企业要减少法人户数20%左右,实现国有企业“瘦身强体”的目标。

此外,湖南省还对“僵尸企业”的清理处置进行了规划。省属监管企业将全面开展处置“僵尸企业”整合重组和市场处置,用2年左右时间,基本完成所有“僵尸企业”的处置任务。

抓娃娃机风靡背后“套路”多



一段时间以来,抓娃娃机悄然大规模进入商场,尤其受到年轻消费者的追捧。

在走访中记者发现,在各大商场里,抓娃娃机已经成了“标配”设施。有数据显示,从2013年开始,抓娃娃机出货量几乎以每年50%的速度增长,为了方便顾客体验,抓娃娃机还增设了微信提现、支付宝付费等功能。

据相关人士介绍,抓娃娃机风靡的背后“套路”也不少。现在的抓娃娃机大都是通过电压和内部程序来控制钢爪的角度和抓取概率,而钢爪角度和成功概率