



阿里联合蚂蚁金服全资收购饿了么

4月2日 阿里巴巴集团、蚂蚁金服集团与饿了么联合宣布,阿里巴巴已经签订收购协议,将联合蚂蚁金服以95亿美元对饿了么完成全资收购。收购完成后,阿里巴巴集团旗下口碑外卖和饿了么的目标定位有了清晰划分,前者负责到店,后者负责到家。

饿了么 饿了么成为支撑各种新零售场景的物流基础设施,饿了么则将借力阿里扩张外卖业务,阻击最大对手美团。

2017年中国在线餐饮外卖用户规模较2016年增长19.1%,正式突破3亿人,但相比过往一两年,增速已明显放缓。随着行业人口红利的逐渐消退,外卖餐饮业务增长将由数量驱动转向质量驱动。

为了在市场上生存下去,外卖企业将在供给、需求、配送各环节有所动作,增加对三四线城市覆盖,探索除了住宅区、办公楼以外的更多用户场景,通过智能调度系统提高订单配送效率。无论是美团还是饿了么,精细化运营都会成为未来外卖的突破口。

中联重科扭亏为盈 工程机械行业回暖

事件:日前,中联重科发布2017年度全年业绩报告,报告期内,公司实现营业收入232.73亿元,同比增长16.23%;归属于母公司的净利润13.32亿元,相较于去年同期的-9.34亿元实现大幅增长,扭亏为盈。此前几年,以中联重科为代表的工程机械行业,受困于产能过剩,产品结构落后,也一直处于低谷。

除了中联重科,工程机械行业整体都在“回暖”。去年12月发布的《工程机械行业运行情况与展望》报告指出,中国工程机械行业于2016年年初逐步扭转了行业的负增长趋势,从2016年下半年起,部分产品增长由负转正,行业整体触底反弹。在2017年全球经济延续复苏态势、中国经济增速好于预期的大背景下,房地产和基建投资增长拉动,部分设备保有量下降,更新换代需求,以及“一带一路”促进工程机械行业出口增长等因素,都推动着工程机械行业走向上升通道。

在销量大幅增长的同时,应收账款和企业库存没有明显下降的现象仍然存在,如何提高企业运行质量,将增产变为增收,还需要工程机械企业在实际经营中解决问题。

摩拜在贵阳上线巴士服务

事件:近日,摩拜在贵阳上线了摩拜巴士。目前,贵阳是唯一一个上线该服务的城市。依据小程序页面下端“用户协议”显示,摩拜小巴运营平台方为贵阳摩拜出行科技有限公司,为用户提供服务;线下的小巴客运服务由相关有资质方提供。用户购买车票后,需根据购买时所确认的乘车时间和地点凭票上车,未能按时上车者,车票的购买费用不能退还;同时,若提前下车,车票的差额部分也不能退还。

据了解,“摩拜巴士”目前属于试运营阶段,运行时间为每天早上10点到下午5点半。

点评:这已经不是摩拜第一次在“四轮”上进行布局。从去年9月到去年底,摩拜就先后在部分城市上线了首汽约车、摩拜共享汽车和摩拜公交车,摩拜希望在各种出行场景布局的心思已经非常明显。其实,在出行市场上布局的不止摩拜。3月21日,美团打车正式登陆上海,上线出租车及快车两种服务。

有新的竞争对手进入滴滴“独大”的市场,无疑是个好消息。用户能享受到更多补贴优惠,车主也不用担心被平台绑架。

目前看来,企业的各种试水除了争取占据一定市场份额外,更重要的目的或许是互联网企业为争夺数据资源,同时也为未来的业务布局奠定基础。

(本报记者 方大丰)

贵州推动大数据与旅游实体经济深度融合

本报讯(记者李丰)4月1日,记者从贵州省旅发委获悉,贵州将实施全域旅游融合应用专项行动,全面推动大数据与旅游实体经济深度融合,助推旅游产业转型升级和可持续发展。

根据日前发布的《贵州省“全域旅游融合应用专项行动”计划》,贵州将以政府引导、企业主体为主要方式,鼓励支持通过PPP模式、BT模式、企业自投自建运营、服务购买、资源置换、市场化运作、市场投融资等多种方式和手段,推动全域旅游融合应用专项行动大数据与旅游实体经济深度融合项目落地建设,培育企业良性“造血”功能,形成旅游大数据商业模式,提高旅游大数据的可持续性。

以搭建智慧旅游“一站式”服务平台为重点,深化大数据在旅游业领域的能力建设,构建全域旅游大数据综合分析管理体系,加快形成智慧旅游景区指导性规范,逐步扩大覆盖面,通过实施试点示范项目,培育一批旅游与大数据深度融合的典型企业,形成一批先进技术、产品、模式,推动大数据在旅游行业应用。

鼓励各级旅游主管部门、旅游景区、旅行社、宾馆饭店、农家乐等在信息化建设中充分考虑大数据采集需求,构建分级、分类的旅游大数据资源体系,实施旅游公共数据资源开放,引导旅游大数据资源开发和市场化运作,有效整合各涉旅部门、各行业、各应用系统之间的数据共享和交换。

看起来很美,拍起来很贵

——消费升级下的影楼群像

本报记者 彭文卓

眼下,与春天一起来临的,是各式影楼红火的生意;对于很多家庭来说,无论是证件照、婚纱照还是孩子的成长照,都被纳入家庭的刚性消费范畴。当拍照已经“不可以随便对待”,获取一张专业拍摄的照片也不再是几十元就可以搞定的事情。一边是海量的摄影产品充斥着人们的眼球,一边是消费升级背景下水涨船高的市场价格,而高昂的价格背后,定价机制的不透明、照片质量参差不齐、服务质量不尽如人意等现象也成为了当前人像摄影行业的痛点。

“看脸时代”的消费升级

在北京一家名为“小象馆”的照相馆里,前来拍摄证件照或简历照的年轻消费者络绎不绝,来这里拍摄一张“百年好合照”已经成为时下很多年轻夫妇结婚时的标配动作,服务售价是520元。如若拍摄一张证件照,根据不同规格分为199元、299元和499元,但上述类型的照片在普通照相馆里花费一般仅为30元。

然而,对于这样高昂的价格却有不少人愿意为此买单。

“小象馆”的负责人介绍,平均每个月有4000名顾客光顾,想要在周末拍照的用户需要提前一周才能预约成功。许多在这家照相馆拍摄过的消费者都给出了类似的评价:在这里拍照能感受到拍商业大片的专业服务流程,并且可以根据自身的气质拍出你的最佳状态。

记者在北京走访多家影楼发现,品牌型影楼多处在寸土寸金的闹市区,如婚纱摄影集中在西单附近的黄金地段,儿童影楼则分布在世贸天阶等适合年轻人和儿童吃喝玩乐的场所中。

除了选址讲究以外,内景布置也颇具品质。在一家名为“韩国艺匠”的婚纱摄影店拍过照片的郑女士表示,“这家店里有十几个不同的场景,不仅内景会时常装修,还有在郊区建设的实景基地,包括大片的花海。”

在这个“看脸时代”,消费升级浪潮无疑已席卷摄影行业。日益高涨的摄影价格也反映出旺盛的需求以及

行业的快速发展现状。数据显示,2018年,中国人像摄影行业全口径收入预计将达约3170亿元,其中儿童摄影行业所占比重估计将达26.2%,年产值预计将达620亿元,中国儿童摄影企业总数目前已达9.2万家,从业人员135万人。

如何不被影楼“忽悠”

从民国风、韩式风,再到欧洲宫廷风……28岁的陶菲菲说,婚纱照类型就像一阵风,一个时期流行一种风格,过不了几年就过时了,但她还是不能免俗地拍了一套,因为周围的朋友大都是这么拍的。

如何不被影楼“忽悠”是一件“费心费脑”的事情,“前期报价都还行,就是因为后期各种叠加服务,不知不觉最后价格就翻了几番。最便宜的套餐报价是2999元,但最后却加到了29999元。”陶菲菲的困惑说出了很多消费者的心声。

事实上,在影楼拍婚纱照遭遇隐性消费早已经是众所周知的事情。据了解,照片的入册数量、相册与相框种类、礼服套数、外景拍摄地等往往是消费者最容易中招的“陷阱”。

“一般是销售人员先跟你谈预算,他一般会推荐一个更高价位的套餐,并且宣称该项优惠活动具有一定的时限。”陶菲菲后来发现,实际上是影楼常年都在“做活动”,那些动辄几万的套餐甚至最终能谈到几千元成交。

到现场拍摄环节,许多消费者遭遇的情况则是,一开始谈好的套餐中规定可选5套婚纱照进行拍摄,但到了拍摄当天才发现,服装区居然分了vip区和普通区,自己购买的服务套餐只能挑选普通区的婚纱款式,很多消费者在这种情况下只能现场加钱选择vip区的婚纱礼服。

“等后期制作一两个月,即使出自一个影楼,真正拿到婚纱照时的品质也是参差不齐。”陶菲菲说,自己有两个朋友一起展示在同一家影楼拍摄的婚纱照,竟然发现从场景到服装再到姿势,基本如出一辙。“挡上脸基本辨别不出是谁,但一个花了7000元,另一个花了30000多元。”

行业呼唤精致生产

因此,在消费升级的大潮下,消费者为各类升级



想要相片效果好,修图和排版是不可缺少的一步,尤其是一些对照片有特殊要求的顾客,更是看重修图这个环节,一些商家却借此加价敛财。 东方IC供图

体验和产品服务买单,却也为各种行业乱象买单。

不少消费者反映,为了吸引眼球,一些影楼在实际宣传中存在误导消费的现象,人像摄影行业价格上涨船高,质量却难以保障。也就说,整个行业的快速增长虽然拉动了消费升级,但也留下了一些不容忽视隐患。

“影楼成本中有三座大山,店面、营销和人力。”婚纱摄影店从业者罗立向记者介绍,除去高昂的租金和装修费用,营销成本已经越来越高,以北京为例,争取到一个客户的成本已经达到1500元,这意味着一套5000元的婚纱照,30%的费用都已经花在影楼的营销环节,人力成本花费同样惊人,除去专业的摄影师、网络客服、礼服师、化妆师、选片师、修片师,这些业务人员的工资也要占据影楼三分之一的营业额。

“在国内拍婚纱照的热门城市三亚,大大小小的影楼和工作室加起来近千家,每天几乎都有店面倒闭,也有人不断进入这个行业,但是成本和门槛越来越高,竞争也越来越大。”罗立说,这些压力最终都

会转嫁到消费者身上。

商务部的调查数据也印证了这一现状:2016年人像摄影行业人力与租金等成本继续上涨,典型企业4项费用合计同比增长8.0%。其中,平均工资增长6.7%,税金增长6.5%,房屋租金增长12.3%,营销费用增长6.5%。

“这个行业缺乏科学的定价体系,定价机制不透明。”业内人士举例,一个摄影工作室只要名气变大加价也立马提升,从以前的四小时500元涨到四小时6000元,但这个过程并没有实际的遵循标准。

中国人像摄影学会主席闫大昌对此认为,人像摄影将进入优胜劣汰的调整期和优化配置的创新期。未来行业里将淘汰一批劣质经营、违规经营、粗暴经营、投机经营的企业或个体,鼓励企业精致生产,最大限度发挥“工匠精神”,通过品质升级吸引中高端消费者。同时,要提升服务意识,强化过程管理,将客户实际需求快速反馈到服务端,产品端,以满足广大客户的多样化、个性化需求。



雄安新区里的“央企街”

从去年4月1日宣布成立雄安新区至今已经过去整整一年,在这一年中,一大批央企、国企和各类民营企业纷纷落地雄安。在雄安新区管委会所在地容城县一条长约3.5公里,双向四车道的奥威路上,超过30家央企、国企在此设立办公室,前期进驻的企业多数为工程类企业,这条街也被当地人称为“央企街”。除此之外,一些民营企业 and 互联网企业也相继落户雄安新区。

本报记者 王伟伟 摄影报道

我国11个自贸试验区启动协同开放

各地自贸改革试验今后不再是“单兵突进”,将更加注重整体性、系统性、协同性

本报讯(记者李娜)4月1日,在第三批自由贸易试验区挂牌一周年之际,上海、广东、四川等11个自由贸易试验区于4月1日在成都启动《中国自由贸易试验区协同开放发展倡议》,明确将进一步强化协同改革、协同创新、协同发展的思维,大力实施内陆与沿海沿江沿边协同开放战略。这意味着各地的自贸改革试验今后不再是“单兵突进”,而将更加注重整体性、系统性、协同性。

2017年,辽宁、浙江、河南、湖北、四川、陕西、重庆7地第三批自贸区挂牌,一个从沿海到中部再到西部的“1+3+7”自贸区战略新格局形成,以扩大开放所引领的中国自贸区改革“齐头并进”进入“雁行阵”模式。

据悉,去年,我国11个自贸试验区新设外商投资企业达到6841家,增长19.2%。同时,实际使用外资1039亿元,增长18.1%,高于全国增幅10个百分点。这组数据,让商务部促进事务局副局长张玉中深感骄傲。“外商管理体制就是试点区里面最大的亮点,是小范围试点成功后全国推广形成体制和机制创新的典型范例。”张玉中称,目前自贸试验区已经成为我国改革开放程度最高的区域,营商环境整体优化,进一步激发了市场创新活力和经济发展的动力。沿海内陆和沿边地区的联动发展、联动互

济,也是自贸区协同开发的重要内容。

四川自贸试验区经过一年实践探索,改革红利加快释放。按照《中国(四川)自由贸易试验区总体方案》提出的“实施内陆与沿海沿江沿边协同开放战略”,四川自贸试验区将与广东建立自贸试验区合作机制,与天津、广州等17个区域实行“城市政务服务异地直通互办”,与乌鲁木齐、兰州、西宁开展集拼集运联动试验,与昆明等地共建无水港。整合发挥“临空、临铁、临江”功能优势,提升互联互通水平。据介绍,下一步该省将构建多维度多层次协同开放格局,在省内推进“3区+N园”协同改革,探索建设一批自贸试验区协同改革先行区。在省外依托跨区域重大平台,建设一批协同开放示范区。

国务院发展研究中心对外经济研究部研究员赵晋平认为,自2013年设立上海自贸区以来,自贸区作为“改革开放试验田”的作用已经显现。如果11个自贸区能在制度层面通过联动发展的方式形成一体化的特殊经济区域,将对推动改革开放发挥积极作用。此次,11个自贸试验区共同倡议,把协同开放作为自贸试验区建设的重大任务,能够有效推进自贸试验区之间的制度对接、产业协同、平台共建,加强自贸试验区对其他区域的引领示范、辐射带动,加快打造立体全面开放、竞相协同共兴的崭新格局。

力争到2022年,乳业销售收入突破2000亿元,伊利、蒙牛迈入世界乳企五强

呼和浩特打造世界级奶源生产基地

本报记者 李玉波 通讯员 刘畅

北纬40°是世界公认的黄金奶源带,草原都市呼和浩特就坐落在这里,依托得天独厚的地缘优势,从2000年开始实施奶业兴市战略以来,呼和浩特形成了以伊利集团、蒙牛集团两家企业为龙头,以科技为动力、资源为优势的发展道路。几年来,通过政策推动、市场拉动、科技促动、产业带动,呼和浩特乳业实现了跨越式发展。2006年,呼和浩特奶牛头数、鲜奶产量、人均鲜奶占有量和乳制品加工企业销售收入四项指标在全国大中城市中均位居第一,获得了“中国乳都”的荣誉称号。目前,伊利、蒙牛则分别位列全球乳企第八位和第十位。

3月26日,呼和浩特市乳业升级研讨会召开。来自伊利、蒙牛、圣牧等国内外知名乳业企业代表和专家学者,就乳业如何升级推动经济高质量发展,深入研究讨论,探索乳业发展的新思路和新举措。

相关数据显示,2017年,呼和浩特市优质草场种植面积达到170万亩,奶牛存栏33万头,鲜奶产量170万吨,乳制品产量达到136.2万吨,均居全国前列。呼和浩特市经济和信息化委主任高瑞军介绍,乳业是呼和浩特市第一个千亿级产业,伊利、蒙牛两家企业2017年销售收入预计超过1300亿元,占全国乳制品行业总收入的1/3,呼和浩特市成为全球唯一一座汇集了世界乳业10强企业的城市。

来自《中国奶业形势报告》显示,2017年全国乳制品产量达到2935万吨,同比增长4.2%。多年来,中国乳业始终保持着持续稳定增长的良好态势;乳制品抽检合格率、生鲜乳抽检合格率稳定在99.5%以上,乳品质量安全水平稳步提升。

当前,新一轮产业变革已经来临,全球化、品牌化、智能化已经成为当今乳业发展的必然趋势。作为“中国乳都”的呼和浩特出台了《呼和浩特市人民政

府关于打造“中国乳都”升级版的若干意见》,提出一系列推进乳业升级发展的政策措施,助推乳业做大做强,使乳业成为呼和浩特第一个千亿级产业。

据了解,呼和浩特的目标是围绕打造世界级奶源生产基地目标,打造一批全球领先、示范作用明显的乳业保障基地,推动和促进中国乳业健康、可持续发展。同时,围绕创建世界级乳业创新中心目标,鼓励和引导企业加大科研经费投入和新产品研发力度,让中国乳业的产品研发、工艺流程、技术手段,走在世界前列;学习和引进更多前沿产品、先进技术,促进和推动中国乳业全产业链发展模式转型升级,在全世界打响“中国品牌”。

面对当今乳业高端化、智能化、国际化的发展趋势,中国农业大学教授任正发提出,乳业的发展应建立更加紧密的农企利益联结机制、加快建设首府现代农牧业体系、建设乳业科技创新园区和乳制品标准化创新中心。

中国社会科学院农村发展研究所研究员刘玉满认为,当今乳业遇到的困难多在养殖环节,解决这一问题,应该从奶源基地建设、产品结构升级、创新能力提升等多方位,多途径推动乳业产品升级发展。

工信部信息化和软件服务业司两化融合推进处处长王建伟认为,应实施“智慧乳业”行动,即智能制造和绿色制造,率先进入乳业4.0时代。同时要重视并发挥龙头企业的带头作用,抓住国家“一带一路”发展战略和中俄蒙经济走廊建设机遇,加快乳业国际化进程,打造全球乳业共同体。

呼和浩特市委副书记、市长冯玉臻表示,要充分发挥乳业升级在推动呼和浩特经济高质量发展中的示范带动作用,同时全力提升中国乳业的竞争力和全球影响力,持续推动中国乳业的自主创新力走在世界前列。力争到2022年,呼和浩特乳业产业销售收入要突破2000亿元,伊利、蒙牛迈入世界乳企五强,努力推动中国乳业成为引领和带动世界乳业发展的“火车头”。



数据来源:艾瑞咨询 视觉中国 供图