



事件:6月24日,阿里巴巴集团旗下钉钉在2018春夏新品发布会上宣布,截至2018年3月31日,钉钉的企业组织数量已超过700万家,这意味着全国目前有近五分之一的企业使用钉钉。在发布会上,钉钉还宣布,将和手机淘宝一起加入“新零售”豪华套餐,并将以视频求职的方式切入短视频领域。

数据显示,在智能移动办公领域,钉钉市场份额占比最高,目前活跃用户数排名第一,且超过第二至第十名活跃用户数的总和。

点评:马云提出的“新零售”概念本质在于打通线上线下,钉钉入局新零售主要服务于拥有众多一线零售门店的企业。在发布会上,钉钉介绍的具体方法是通过二维码连接线上和线下,线下导购打开自己的钉钉展示二维码,顾客则打开手机淘宝来扫码。客人既可以线下体验,线上完成购买,避免了此前“客人转身淘宝,导购积极性受挫”的问题。

钉钉借助平台上700万家的企业资源,开发出了这款“智能导购”新套件,不过,消费者是否愿意“扫一扫”还有待检验。必须承认,手机淘宝和钉钉的联手,对商家和阿里来说,会迎来“大数据”的又一次进步:消费者消费偏好、频率、变化都将得到保存,用于精准营销的分析。或许不久的将来,除了无差别的打折、促销,包括某种用品到期该更换的信息,都会直接发送到我们的手机上。

中国火车头首次出口德国

事件:6月20日,中车株机公司与德国铁路股份公司签订了20台新型混合动力“火车头”框架协议及首批4台机车订单。这是中国“火车头”首次走进“制造强国”。

本次签约的“火车头”专业名称叫“调车机车”,使用“第三轨+内燃+锂电池”混合动力电传动方式,整车轮周最大功率750千瓦,最高时速100公里,主要用于铁路施工现场的物流供应、试验和工程牵引等。

点评:德国是世界轨道交通装备的高端市场,能够成功进军该市场,标志着中国轨道交通装备整车产品获得世界高端市场认可。

事实上,中车在海外市场的发展并非一帆风顺:由于2017年海外业务签约额未能完成任务目标,今年中车将海外签约额目标降低了两成。而去年“不达标”的原因之一,正是国际轨道交通企业的竞争和压力。当市场的规模不能无限制拓展之时,那么在市场层次上成文章就显得更为重要了。不断加强以以德铁为代表的欧洲铁路主要运营商的合作,将协同效应和协同价值发挥至极致,中车或许会有意想不到的收获。

恒大入主法拉第未来

事件:6月25日,恒大健康发布公告称,拟按总代价67.47亿港元收购目标公司时颖有限公司全部股权及目标公司股东贷款。通过此次交易,恒大健康获得时颖公司100%股份,从而获得45%的Smart King公司股份。

此前,时颖投资20亿美元(已投入8亿美元)占Smart King公司45%股份,原法拉第未来(简称FF)股东以FF公司作价入股占Smart King33%股份,公司管理层占22%股份。这意味着,恒大已成为Smart King第一大股东,正式入主FF,开始造车之旅。

FF方面表示,公司创始人贾跃亭出任首席执行官(CEO),他将和现有管理团队继续负责FF的各项业务运营。

点评:在今年3月份的恒大香港业绩发布会上,恒大的最新发展战略声称将积极探索高科技产业,逐步形成以民生地产为基础,文化旅游、健康养生为两翼,高科技为龙头的产业格局。这次收购也印证了这番规划。

贾跃亭延续造车梦需要资金,恒大有着多元化转型的需求,二者都希望借FF上演一场好剧。只是,造车并非易事,尤其是经历了此前的乐视风波,恒大此次造车之旅能否顺畅,目前还是未知数。

如今,造车新势力均把“新能源汽车”与“无人驾驶”等新兴技术看作汽车行业新的“风口”。对于新兴造车势力而言,或许只有等真正造出了卖得出去且品质过硬的汽车,这才能真正给“围观群众”一个信服的说法。

(本报记者 方大丰)

马铃薯大会将在云南昭通召开

本报讯(记者黄瑜)记者日前从2018年中国马铃薯大会新闻发布会上获悉,2018年中国马铃薯大会(即“第20届中国马铃薯大会”)将于7月8日至10日在云南昭通召开。

统计数据显示,2017年,昭通市马铃薯种植面积达285万亩,占云南省马铃薯种植面积的30.08%,实现鲜薯总产量352.7万吨,农业产值42亿元。近年来,昭通市积极开辟国内外市场,年外销马铃薯120万吨以上,在四川、上海、广东等地均有良好的口碑。据介绍,地处云、贵、川三省结合部的昭通市,是全国马铃薯种植面积最大的五个地级市之一,世界上马铃薯种薯生产扩繁最适宜的地区之一。悠久的历史、独特的区位、凉爽的气候与适宜的土壤,造就了高质量의昭通马铃薯。马铃薯产业也是当地贫困群众参与度较高的产业,全市69.3%的建档立卡贫困人口都种植马铃薯,收入约占其家庭收入的32%。

事实上,通过多年的扶持发展,以昭通为代表的云南马铃薯产业已成为贫困山区农民脱贫致富的重要产业。在云南南部马铃薯冬作区,许多农户形成冬马铃薯种植的“1139”模式,即一亩地(冬马铃薯),长100天、产3千公斤、收9千元,收益可观。

相关数据显示,2017年,小家电市场规模占家电整体市场的7.6%,同比增幅16.7%,在增速方面领先,蕴藏巨大市场容量

改善型消费需求催热小家电市场

本报记者 曲欣悦

在刚刚过去的“618”电商购物节里,王婧终于购入了一台心仪已久的扫地机器人,“以前每次打扫地上的头发都特别麻烦,现在这个扫地机器人能把头发吸得干干净净,连床底、沙发下面都能打扫干净。它在那儿扫地,我还能去做别的事。”

近来,像王婧一样购买扫地机器人的消费者不在少数。在今年京东电器“618”前17天的消费数据中,扫地机器人销售额是去年同期的300%。某品牌售价达到2499元的高端扫地机器人单日销售量超过50万台。

眼下,消费者改善生活品质的意愿和要求越来越强,主打提升生活品质标签、致力于改善型消费需求的小家电,也因为契合了消费者的“潜在痛点”,成为越来越多消费者的新选择。与此同时,部分小家电生产企业重营销、轻研发、产品同质化严重、质量不过关等问题也在制约小家电市场的发展壮大。

消费升级,小家电受益

“能帮助你迅速提升生活幸福感的好物集锦”“这些高格调小家电,提升你的生活质量”……在王婧的微信里,收藏了不少指导如何改善生活品质的盘点文章,“我就是因为看了一篇这样的推荐文章,才决定要购买扫地机器人”。

翻看各类小家电的推荐文章不难发现,大多数文章都把小家电产品的卖点划归到了“提升日常生活质量”的范畴,近年来,消费需求个性化、多样化消费渐成主流,越来越多的消费者愿意把钱花在能够为日常生活“锦上添花”的商品上。这些商品通常不是生活必需品,但却可以为用户提供更高品质的服务或者生活体验。

“这台面包机操作很简单,自己做的面包也更合家人口味。”退休后的张先生最喜欢使用的小家电是面包机,他在购买之后还被商家拉入了一个微信群,商家和买过同款面包机的用户时常在微信群中分享面包制作食谱,尝试制作不同口味的面包也让他体会到了烘焙的乐趣。

一般而言,主打改善生活质量的小家电产品大致分为厨房小家电、家居小家电以及个人护理小家电三

个品类,每个品类背后细分的功能型产品则渗透到生活的方方面面,也受到了各类消费者热捧。

根据市场咨询机构GfK今年初发布的《2017年中国电子家电行业报告》,对于国内小家电市场而言,消费者对生活品质的追求不断提升,健康生活环境对大众的吸引力推动着市场不断前行,2018年,小家电市场将会有接近10%的增长率。

根据中怡康公司数据显示,2017年小家电市场规模占据家电整体市场的7.6%,同比增幅16.7%,在增速方面处于领先,蕴藏巨大市场容量。

分析认为,国内小家电市场目前存在普及和更新的双重需求,与欧美、日本等成熟市场相比,在家庭平均小家电拥有量上还有很大差距,市场前景值得期待。相关调研报告预计,2020年全国小家电总产量将达到10.86亿台。

看谁能发现“潜在痛点”

“我经常一边看电视,一边开着扫地机器人打扫卫生,看完一档综艺节目,地也扫干净了。”在王婧看来,使用扫地机器人好处之一就是既能享受闲暇时间,又可以处理日常家务。除了扫地机器人,她还经常使用具有可预约功能的电炖锅,在临睡前给自己煲一碗银耳莲子汤,“只要睡前把材料放进锅里,设定好时间,第二天醒来就能喝到”。

如今,像扫地机器人、电炖锅等把家务活变轻松的小家电产品,尤其受到那些工作生活节奏较快却又希望从繁琐家务活中解脱出来的年轻消费者的欢迎。

除了那些能够帮助消费者“偷懒”的商品,还有一类小家电产品是在消费者日常生活之外引领了新的生活方式,并且改变着他们的生活习惯。

例如,眼下以各类美容仪为代表的个人护理类小家电,正改变着许多“爱美一族”的生活习惯。28岁的范雨琪正在使用一款提拉紧致肌肤的美容仪,“以前睡前护肤只需要几分钟,现在用美容仪至少要在护肤上花掉半个小时”。

据了解,目前市面上热销的美容仪价格大多在数千元,即便价格不菲,但还是有越来越多的消费者愿意“为美买单”。来自天猫的数据显示,今年“618”期间美容仪品类销售增长了8倍。

梳理五花八门的小家电产品可以发现,不管是扫地机器人、便携式榨汁机还是美容仪,其实都是企



业在研发设计小家电产品时,努力去寻找契合消费者“潜在痛点”的产物。哪家企业率先找到并解决“潜在痛点”也就能在市场竞争中占据主动。

“破壁机运行时能否更静音?”“自动洗碗机能不能更省水?”“便携式榨汁机可以更方便清洗吗?”……来自消费者的使用体验也在倒逼小家电生产企业不断去升级更新产品。

“小而美”也需“专而精”

王婧曾跟朋友买过一台酸奶机,但用了不到一个月后就把机器闲置了,这类现象在小家电使用中并不罕见,一些消费者表示,豆浆机、面包机、电饼铛等厨房类小家电在购买后往往只能带来“三分钟热度”,很难逃脱最终被塞进厨柜拐角的命运。

事实上,部分小家电产品“噱头”过大实际效用,没能提升生活品质却反而成为家中“鸡肋”的现实也遭到了不少消费者的诟病。

有业内人士认为,小家电行业的发展除了要进一步深耕研读用户需求,有针对性地进行产品设计

秸秆利用:从焚烧到变现

本报记者 张世光

实习生 李羽 施碧菡 李欣然

在国内,秸秆利用和焚烧是个不折不扣的老问题了,各地也有过各种各样的利用方案出台,但多年来其始终逃不过一把火烧掉的老套路,每逢收获时节,秸秆焚烧四处可见。

在粮食大省黑龙江,每年都有大量的秸秆产生,秸秆经济如何从理论、模型走向可以变现的操作,已经成为不能回避的问题。

秸秆明知故“烧”

黑龙江省是农业大省和畜牧大省,作物秸秆在农牧林废弃物中占有很大的比重,全省各类作物秸秆年产总量约4000万吨,约占全国的八分之一。

今年以来,在哈尔滨举行的中国国际乳业合作大会、哈尔滨国际经济贸易洽谈会等一系列重大活动中,秸秆处理成为一个重要讨论点。多位专家学者都根据黑龙江的地域特色开出了专治药方。

眼下,尽管秸秆经科学处理后可应用于建材、造纸、养殖等多个领域,直接焚烧秸秆为城市的消防安全和交通安全带来隐患早已成为共识,但明知故“烧”的情况还是频繁发生。

今年5月,因此前秸秆焚烧控制不力,黑龙江省纪委监委决定对哈尔滨、佳木斯、鹤岗、双鸭山等4市以及省农委相关责任人实施问责,被问责总人数达到65人。

6月14日,在“第二届中国国际秸秆生物质能源发展高峰论坛暨秸秆产业园项目投融资洽谈会”上,黑龙江省畜牧兽医局副局长孙文志表示,秸秆焚烧是“痛则不通,通则不痛”,被问责是“痛”,但“痛”的原因是“不通”,即秸秆的出口问题。“如果秸秆的出口得不到很好的解决,还会痛下去”。

黑龙江省粮食产量持续稳居全国第一,秸秆产量同时位居全国第一,前一个第一令人骄傲,后一个第一如何才能不让人头痛?

秸秆的肥料化利用

一般认为,秸秆肥料化利用是其资源化利用的

主要形式,与传统还田处理方式不同的是,秸秆在肥料化利用道路上还有更大的作为,也被视作是放错地方的宝贵资源。

相比于传统的堆肥发酵,秸秆制成的有机肥有机质含量高达90%以上,并且只需要3~4个小时的生产时间。

国家秸秆产业技术创新战略联盟常务副理事长宋荟介绍了秸枯高肥业集团公司的生产成果——秸秆有机肥。

“一吨秸秆=50公斤氮肥+110公斤钾肥+11公斤磷肥。”宋荟在讲解时告诉大家,由于秸秆有机肥不需要堆放发酵,因此其工厂占地面积只有传统制有机工厂的十分之一,加之生产流程已经实现标准化,因此具备在多地设厂的可行性。据了解,秸秆有机肥工艺已经在上海、山东等地运行了十年以上。

“目前,国家只是围绕推动秸秆产业,对秸秆综合利用的产品、对生产企业给予支持,但对秸秆的收储运缺乏相应的政策和措施。”国家秸秆产业技术创新战略联盟常务副理事长张铁夫认为,秸秆首先应当做到“快速离田”,但目前仅依靠农户自觉却难以成行。



企业炉火“转型”

近年来,山东省沂源县在玻璃制品、铸造等高能消耗企业中,大力推行实施以气代煤、电代煤等清洁能源生产,不仅使企业实现了新旧动能转化,促进了清洁生产,更便于加热的温度控制,助推生产工艺和产品质量的提高。图为6月25日,山东沂源县悦庄工业园一玻璃制品企业,一名工人在气代煤加热生产线上劳作。

视觉中国 供图

调整,更要通过关键技术的创新增加产品价值,如提升产品的智能化水平。

另外,不少家电企业因为看中了小家电市场巨大潜力,开始跟风进入,市场中产品同质化现象也更为严重。以酸奶机为例,在某电商平台搜索“酸奶机”,销售该类家电的品牌达到近百家,这些产品除了外形设计略有不同,功能上并无太大差异。

激烈的同质化竞争也使不少企业陷入了“重营销、轻研发”的误区,小家电产品质量不过关的事件时有发生。5月2日,北京市工商行政管理局官网公布了流通领域小家电质量抽查检验结果,31批次样品不合格。5月31日,长春市工商局发布了九大流通领域商品质量监测提示,小家电类抽查商品不合格率为13.79%。

此外,也有消费者反映,因为某些小家电产品更新换代速度很快,一旦产品出现使用问题很难在短时间内找到适配的零部件,部分小家电售后维修也成为消费者投诉的重点。同时,一些中小型家电企业较为依赖线上销售,线下缺少完备的售后服务体系,也是目前行业亟待解决的问题。

也就是说,除了利用秸秆本身有账可算外,从秸秆出现到入厂加工,依然有文章可做,只是相关的节点尚需打通。

张铁夫认为,“秸秆储藏点不达标、秸秆经纪人操作手法”等问题还需要从顶层设计加以规定。

秸秆产业创新

业内人士一致认为,秸秆利用和治理不仅要注重眼前的“治标”,更要注重长远的“治本”,应该更多关注如何让秸秆经济循环起来、持续下去。

目前,黑龙江省农业科学院畜牧研究所利用秸秆等农牧废弃物为原料培育出的大球盖菇便是一个较好的应用范例。

黑龙江省农业科学院畜牧研究所副所长倪淑君介绍,大球盖菇有“赤松茸”之称,具有极高的营养价值,在大田露地、玉米地间作,水稻棚等地均可生产,收获之后的菌棚回田,能够有效增加土地肥力,实现“秸秆从农田中来,回到农田中去”的理念。种植大球盖菇每亩的成本约6000元,亩产鲜菇可达2000至3500公斤,亩效益达5000元以上,是精准扶贫的好项目。

此外,压块后的秸秆在作为饲料时具有不易变质、利于消化吸收、适舍牲畜反刍等特点,也还是电厂的消化燃料。据了解,当前,在生物质发电的电厂,秸秆收购采取的模式多为敞口收购,这种收购方式的特点是收购量大且收购周期长,可以覆盖全年。因此,黑龙江省的秸秆压块站多建设在电厂周边,可以最大程度地扩大规模、提高产量、控制成本。

海南加快推动科技成果产业化

本报讯(记者吴雪君 通讯员王玉洁)海南省科技厅联合省财政厅近日下发文件,将面向社会公开征集与海南省科技成果转化投资基金合作的投资机构,发挥财政资金的引导作用,加快推动科技成果的产业化和资本化发展,助推科技型企业发展。

记者了解到,海南省科技成果转化投资基金将主要投向各级各类财政科技计划(专项、基金)及其他社会资金支持的高新技术、新工艺、新材料等科技成果,推动科技成果转化应用。这些被投资的科技项目主要包括但不限于海洋科技产业、航空航天产业和医疗健康产业的科技成果,以及国家科技成果转化项目库中的项目。值得一提的是,为助推本省科技型企业快速发展,该基金投资海南省内项目的资金比例不低于基金规模的50%,投资单个项目的资金比例原则上不超过基金规模的20%。

泉州启动中小企业“1+N”服务计划

本报讯(记者吴锋思)为破解中小企业“服务难”,促进中小企业持续健康发展,日前,福建省泉州市启动了中小企业“1+N”服务计划,为中小企业提供“找得到、用得起、有保障”服务。

中小企业“1+N”服务计划是指,以1个泉州市中小企业公共服务平台为纽带,充分发挥国家级中小企业公共服务示范平台的功能和引领作用,带动N个人驻平台网络的战略合作机构,每年协同组织开展一百场针对中小企业的服务活动,内容涵盖人才培养、人才推介、管理咨询、技术创新、企业融资、法律援助等。

据了解,泉州中小企业数量众多,总量超过1万家,近年来部分中小企业遭遇融资、用工等方面的难题。启动中小企业“1+N”服务计划,可以有效促进社会资源优化配置,加强专业化分工协作,有效解决中小企业发展中的共性需求,形成社会化、市场化、专业化的公共服务体系和长效机制。