



宜家加速推行多渠道零售策略

东方IC供图

**事件:**11月1日,宜家在北京推出了其在中国的首个体验中心。至此,这一瑞典零售企业在中国共持有宜家家居商场、订货中心、宜家网上商城、宜家体验中心在内的多个销售渠道。

相比之前的订货中心,宜家体验中心的销售面积增加了近50%,约1900平方米。除增加了产品的种类、家居解决方案展示外,还新增设了餐具和食品区、儿童乐园等区域。此外,新的体验中心增设了家居设计中心,能为顾客提供家居咨询服务。

**点评:**将订货中心改造为体验中心,可谓是宜家充分听取消费者反馈后所作出的决定。此前,不少消费者均表示,订货中心展示的商品较少,无法满足他们对沙发、床品等大件商品的体验需求。

不过,从更深层面来看,宜家此举更是对宜家家居商场的延伸,目的是推行其多渠道零售策略。作为这一策略的另一尝试,10月底,宜家的网上商城也开始上线,覆盖了中国内地149个主要城市。这些举措将在很大程度上满足那些所在城市尚未有宜家家居商场的消费者的需求。

过去几年,宜家在中国的业绩显著增长,但与早先相比,销售额增速已略有放缓。作为全球零售巨头之一,企业要想继续在中国市场有所突破,就必须做出让消费者满意的改变。因此,类似把订货中心变成体验中心的这种改变可能只是个开始。

## 中国宝武投入人工智能研发

**事件:**11月1日,一场由中国宝武与上海市杨浦区人民政府联合主办的人工智能论坛在上海举行。该论坛属于第七届(2018)宝钢学术年会的分论坛,邀请了微软、百度、新思科技、西门子等企业和人工智能领域的专家共同探讨人工智能最前沿的技术。

同一天,中国宝武中央研究院成立的宝地资产智能制造技术及应用联合工作室也正式揭牌,希望打造人工智能合作交流平台,推动人工智能产业和技术创新融合发展。

**点评:**一边是传统工业制造企业,一边是最前沿的人工智能产业,二者乍看不搭,实际上却代表着未来钢铁产业的重要发展趋势。

如果说过去200多年钢铁工艺技术革命的核心是解决“效率”问题,那么未来钢铁工艺技术革命的核心则是要解决“智能制造和清洁制造”的问题。

随着国内去产能工作的深入推进,去年国内钢厂经营都开始过上了好日子。在这个阶段,要想从钢铁大国迈向钢铁强国,就要在智能化、网络化和绿色方面有所发力。

从实际来看,钢铁生产流程长,影响因素多,各环节相互关联,会产生海量数据,这都为人工智能的应用提供了基础条件。而城市对环保的要求越来越高,也给城市钢厂带来了极大挑战。仅在宝山基地,炼铁区域累计在环保改造上的投资就超过100亿元。环保压力的不断加大,也给钢厂的联合重组提供了机遇,谁能率先实现绿色生产,谁就会在这一轮联合重组中抢得先机。

## 中国移动近年来首次营收下滑

**事件:**近日,三大运营商陆续发布三季报。其中,中国移动2018年三季度营运收入同比下滑2.6%,是近年来首次营收下滑。中国电信和中国联通的营收虽实现同比增长,但营收增幅均有所下降。

来自工信部的数据显示,2017年全国移动电话普及率已经达到102.5%,这意味着对三大运营商而言,目前增量市场已所剩无几。另一方面,在履行国家提出的“降费提速”要求后,流量单价的降幅并没有给运营商带来足够的用户量增加。

**点评:**根据相关数据显示,除了通信服务,各个运营商的另一主要收入来源,销售合约机或裸机及其他产品的收入规模也面临萎缩。两大主营业务增量见顶,迫使三大运营商必须开拓新的盈利模式和增长点。

今年世界杯期间,中国移动旗下的咪咕视频间接获得赛事转播权,并借此推出定向流量套餐。类似这种与互联网公司的合作,成为运营商正在探索的一种盈利途径。三大运营商长久以来形成的相对传统的管理方式,使其无法像互联网企业那样及时灵活地调整战略。

此外,5G技术应用的临近,也为运营商提供了新的增长点,但能否抓住这一机会,从单纯提供网络接入,提升为拥有部分技术和设备,从而提高核心竞争力,这还要看运营商下一步的动作走向。

(本报记者 方大丰)

## 海南大力培育创业投资企业

**本报讯**(记者吴雪君)海南近日印发的《海南省促进创业投资持续健康发展的实施方案》指出,海南将聚焦海南省旅游业、现代服务业、高新技术产业等经济发展的重点领域与薄弱环节,不以单纯盈利为目的,实行差别化激励与引导政策。到2020年底,全省创业投资机构力争达30家,其中海口、三亚、国家级开发区及有条件的省级产业园区至少有1家以上创业投资机构。

方案指出,海南省将大力培育发展本土创业投资企业,鼓励本土创业投资企业与省外知名创业投资企业联合申报海南省创业投资引导基金和管理政府投资基金。鼓励行业骨干企业、创业孵化器、产业(技术)创新中心、创业服务中心、保险资产管理机构等机构积极参与创业投资。鼓励具有资本实力和管理经验的个人,通过依法设立一人公司从事创业投资活动。此外,鼓励有实力的天使投资人与海南生态软件园、海南数据谷、海口复兴城等园区或创业基地、众创空间、企业孵化器、加速器合作,支持投资互联网产业的初创团队和创新创业团队。

# 丝绸“老炮儿”上演“变脸”戏码

本报记者 李娜

提起丝绸,人们的第一印象就是苏杭,其实远在中国西部的四川南充,却素有“巴蜀人文胜地,秦汉丝锦名邦”的美称,并被视为中国丝绸走向世界的源点。

在南充丝绸发展的历史中,早在1915年时便为国人捧回巴拿马万国博览会国际金奖的“六合丝绸”不得不提,它曾是亚洲最大的缫丝厂,目前是中国乃至世界存续时间最长的丝绸名企。

然而,就是这样一家百年丝绸“老炮儿”却在风云变幻的市场环境中,依托工业旅游、文化创意等产业上演“变脸”戏码,在市场经济的浮沉大潮中,艰难求生,震荡中求变。

### 源点的迷茫

机声隆隆,银丝穿梭……走进六合集团,建于1980年的煮茧车间依旧在忙碌,因缫丝生产规模缩减,煮茧机已由6台拆除为4台。抽丝剥茧的女工神情专注,手法娴熟,总能勾起一代人对以“六合丝绸”为代表的南充丝绸曾经的记忆。

“百年以来,六合经历从建国前民族工业之路的曲折,拥有过新中国成立之后的复兴,也承受过经济体制转型企业改制之中的阵痛……六合的历史,可以看成是中国丝绸工业轨迹的一个精细缩影与真实写照。”关于六合集团的前世今生,中国丝绸协会副会长杨永元做出了这样的评述。

六合集团文化产业发展部李永春作为该企业的一名老员工,他亲眼见证了改革开放初期六合集团的不断壮大和南充市丝绸产业的蓬勃发展,“六合最鼎盛时期,员工超过万人,南充农业收入有一半来自栽桑、古井、乌木等历史文物的文化挖掘,恢复六合原厂风貌,为打造传统工业旅游奠定了坚实基础。一件件传承修复工程也陆续出现在人们的眼前:建设六合丝博园,恢复修葺民国风情老大门,剔除厂房外墙瓷砖,逐步恢复厂房旧式建筑风格;按照复古风实施古井、古桑景观打造,完成生产车间参观通道铺设等厂区环境整治;重建六合老码头至老厂区的小火车轨道,恢复小火车运营;以“自然”为特色,打造都江堰老码头……

后来,随着江浙丝绸、国外丝绸的强势冲击,六合集团开始遭受一系列市场冲击。

李永春称,与苏杭丝绸产业相比,西部丝绸企业普遍面临规模较小、资本实力不强、开发创新能力不足等问题。

够、市场竞争力较弱的困境,至始至终未能摆脱上下游企业无法同步均衡发展的顽疾,即便是在“东桑西移”的战略大调整中,也因各种原因错失了一些发展机遇。尤其是近年来,丝绸产业原材料供应不足,导致原材料价格出现非正常波动,加之制造费用的大幅上涨,导致整个行业亏损严重,六合所面临的形势始终不容乐观,产业升级、调整转型势在必行。

### 走文化传承之路

对于一家企业而言,文化特色往往被视为软实力,也是企业发展的生命力所在。关于南充丝绸文化传承与六合的发展复兴,中国企业文化园区国际合作联盟主席吴昀国认为,以桑蚕及丝绸为产业依托,鼓励消费者以认种(树)、认养(蚕)、认识、认做的形式,发展体验经济,传承丝绸文化可谓当前值得尝试的一条新路。

2016年,国家三部委联合出台打造1000个特色小镇的决定,在“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想下,四川南充10平方公里的都江堰特色小镇也揭开了神秘面纱。

特色小镇的出现最终为六合集团这个百年丝绸“老炮儿”的艰难探寻路提供了更多可能性,也为当地开启了工业旅游的绿色发展新模式。

据都江堰丝绸文化产业园管委会主任赵清梦介绍,为了还原南充丝绸历史原貌,他们立足百年六合品牌历史优势,加大对古桑、古井、乌木等历史文物的文化挖掘,恢复六合原厂风貌,为打造传统工业旅游奠定了坚实基础。一件件传承修复工程也陆续出现在人们的眼前:建设六合丝博园,恢复修葺民国风情老大门,剔除厂房外墙瓷砖,逐步恢复厂房旧式建筑风格;按照复古风实施古井、古桑景观打造,完成生产车间参观通道铺设等厂区环境整治;重建六合老码头至老厂区的小火车轨道,恢复小火车运营;以“自然”为特色,打造都江堰老码头……

“相比另一个在浙江湖州的丝绸小镇,南充都江堰的丝绸生产企业分布更集中,产业链条更完整,文化底蕴也更深厚,设施设备更具文物价值。”南充市



工作人员为游客现场演示丝绸织造过程。

东方IC供图

高坪区区长陈多平对于通过旅游融合、产城融合、文化融合重振丝绸源点充满信心。

### 创新成新课题

事实上,六合集团近年来的艰难处境以及南充丝绸的逐渐没落,一定程度上折射出中国丝绸产业转型升级过程中的举步维艰。业内普遍认为,中国丝绸产业想要与国际接轨就必须在创新能力上下足功夫。当前,苏杭一些百年丝绸老企业,也早早启动了文化传播创新、技术研发创新、商业模式的创新之路,将丝绸从单一的“面料”拓展到了文化、艺术、健康、时尚等领域。

在刚刚落幕的第124届中国进出口商品交易会上,国内多个省市茧丝绸行业主管部门、丝绸企业代

表围绕如今中国丝绸产业国际化与现代化创新展开讨论。多位与会人士均认为,新的时代赋予了中国茧丝绸业新的历史使命,中国丝绸企业要紧紧抓住“一带一路”倡议机遇,加强国际交流与合作,大力弘扬中国丝绸文化;同时坚持创新驱动发展,不断提高丝绸产品质量,提升文化时尚创意设计水平,更好地满足消费者的新需求。

记者了解到,随着工业旅游逐渐在南充都江堰丝绸文化产业园兴起,六合集团开通的小火车旅游已经成为了工业旅游中的一大亮点,吸引了大批游客前来体验。

重点发展工业旅游、文化创意产业、休闲购物、生态康养产业——身处其中的六合老员工们无不期待着这一堪称活化石的百年企业能够迎来再度辉煌,但如何真正将工业旅游的市场盘活,聚集人气,反哺当地的工业产业,正是他们眼下所面临的一个新问题。

## 驼奶走出“深闺”

本报记者 李玉波

坐落于内蒙古阿拉善盟阿右旗嘎查达阿拉腾驼奶专业合作社家庭驼奶疗养院,在茫茫戈壁滩上格外显眼。

“疗养院采用蒙医传统疗法,主推驼奶疗食,国内外不少顾客慕名而来。合作社还与蒙医院达成合作,成为该院驼奶疗法的首个奶源供应基地。”一聊起驼奶,合作社负责人阿拉腾乌拉显得十分兴奋,“十几年前,我在帮朋友捎带驼奶的过程中发现了商机,得知驼奶富含胰岛素、乳铁蛋白、溶菌酶等营养成分,于是就萌生了加工销售驼奶的想法。”

当时,这里的牧民几乎家家户户养骆驼,但很少有人真正了解驼奶的价值。有了“经营意识”的阿拉

腾乌拉决定成立一个驼奶合作社,让驼奶走出“深闺”,走向更多的消费者。

2010年,嘎达来嘎查的19户牧民集资入股,阿拉腾驼奶专业合作社挂牌成立。

“以前牧民们大多是粗放式养骆驼,养了三四年的峰骆驼就能卖到六七千元。挤驼奶卖就不一样了,一斤驼奶二三十块钱,一峰骆驼一年光卖驼奶就能收入1万元。”阿拉腾乌拉说,8年来,合作社的规模不断扩大,已经带动周边65户养驼户和11户贫困户加入进来,依靠驼奶产业脱贫增收。

无独有偶,在与阿拉腾驼奶专业合作社40公里之隔的巴音塔拉嘎查驼乡涌泉骆驼专业合作社里,200多峰骆驼正顶着烈日在近3000平方米的驼圈中啃食草料。

“这3峰骆驼是我家的,明年我就能把它们还有

驼羔领回家了。粗算一下,每年卖驼奶就能有3万元的收入。”巴音塔拉嘎查建档立卡贫困户那仁满都拉指着驼圈中属于自己的几峰骆驼兴奋地说。

2016年,当地政府出台了产业扶贫新政,免费为建档立卡贫困户提供3峰基础母驼,托养到驼乡涌泉骆驼合作社统一经营管理,3年后返还母驼和当年驼羔。

该合作社负责人穆春燕告诉记者,在政府引导、合作社的带领下,越来越多的牧民正在转变观念,通过养殖母驼销售鲜奶增收致富。“合作社还与内蒙古沙漠之神生物技术有限公司签订了收购合同,公司每天来收一次驼奶,虽然收购价比散卖价格低一些,但驼奶销路有保证,避免了因驼奶积压造成更大浪费。”

据了解,阿拉善盟是全国双峰驼的主产地,历史上骆驼存栏数量最高达到过25.15万峰。上世纪80

年代后期,受骆驼繁殖周期长、养殖比较效益低等因素影响,骆驼总量以平均每年近万峰的数字急速锐减。

另有数据显示,截至目前,阿拉善双峰驼存栏11.54万峰,占全国骆驼总数的三分之一,全盟有2000多户农牧户饲养骆驼数量在20峰到400峰之间。事实上,阿拉善盟多年前就开始探索骆驼健康产业发展,2014年以来,阿拉善盟旗通过招商引资建成了1000吨骆驼乳制品加工生产线,同时成立了全国首家骆驼研究院。如今,阿拉善盟骆驼健康产业发展后劲十足,围绕产品深加工,已经开发出鲜驼乳、驼奶粉、驼乳化妆品等4大系列20多种产品,骆驼产品附加值得到大幅提升。

据介绍,内蒙古骆驼研究院已经围绕骆驼生物制药、骆驼产品研发等方面,进行重点科研攻关,目前已经申请了驼乳化妆品、驼胎盘、驼奶深加工关键技术等10多项专利。洗面奶、面膜、面霜、护手霜、唇膏等驼乳化妆品已经研发出来。到2020年,阿拉善盟双峰驼种群数量将稳定在15万峰,能繁母驼比重提高到40%,累计发展农牧民养驼专业合作社17个,培育养殖百峰骆驼家庭生态牧场500户,每年驯化挤奶母驼3万峰、生产加工鲜驼奶9000吨、加工驼毛绒450吨,出栏成年骆驼1.2万峰,实现产值10亿元,基本建成覆盖全国的现代骆驼产业体系。

长,分别达到32.9%和21.2%,表现突出。

在手机制造成本难以继续降低以及消费市场竞争激烈的情况下,国产品牌手机一方面依靠创新获得差异化优势,另一方面不断开拓海外市场。

从数据看,目前小米手机已进入80个国家和地区,海外市场收入已占总收入的36.3%。

研究机构Counterpoint Research的数据显示,小米在印度市场的出货量连续5个季度居首位,荣耀目前在海外已进入70多个国家和地区,荣耀相关负责人表示,明年将进一步夯实已进入的海外市场。一加近日宣布,已与美国运营商T-Mobile达成合作,正式进入北美运营商合作体系。

业内人士观点认为,当前最新的科技成果应用于手机产品的速度越来越快,例如人工智能正快速应用于手机,面部解锁等功能正快速普及。不论是推出新产品还是拓展海外市场,国产品牌手机立足的根本将越来越依赖于自身的创新能力。手机厂商真正拿出“绝活”,才能在市场竞争中站稳脚跟。

(据新华社电)

## 国产品牌手机密集发布新品

### 如何实现手机屏幕利用率最大化是厂商寻求突破的重点

新华社记者 周文林

近期国内手机市场的新品发布可以用“扎堆”来形容,小米、华为、一加、OPPO、联想等纷纷发布旗舰级新品。从产品和设计特点看,在当前全球手机市场面临较大挑战的形势下,国产品牌手机厂商的创新动机和力度更加强烈,希望借此进一步实现差异化和领先优势。

近期各厂商发布的旗舰型手机中,在相机镜头、芯片、机身材料等方面提升或创新都有不少亮点,

其中最受市场关注的或是滑盖全面屏的创新尝试。10月25日,小米旗舰手机MIX3正式发布。来自小米的信息显示,这是全球首款滑盖全面屏手机,屏占比达到93.4%,手机正面几乎只有屏幕。由于使用了钕铁硼永磁铁,滑盖寿命达到30万次。

无独有偶,荣耀在小米之后数日正式发布了Magic2手机,同样使用了滑盖全面屏设计。11月1日,联想也发布了滑盖全面屏旗舰手机Z5 Pro。

如何实现手机屏幕利用率最大化,是当前各厂商寻求突破的重点。与时下流行的刘海屏设计相比,滑盖全面屏设计可以更好地实现上述目标。虽然其

设计能否获得市场最终认可还需时间检验,但它凸显了国产品牌手机越来越重视立足自主创新夯实实力获得优势的发展思路。

这一思路,无疑也是为了更好地应对全球手机市场面临的挑战。根据国际研究机构IDC的数据,2018年第三季度全球手机厂商共计出货3.552亿部智能手机,同比降低6%,这是全球智能手机市场连续四个季度出现同比下滑。

不过,面对行业压力,国内部分厂商的出货量逆势增长。根据IDC的数据,第三季度全球手机出货量前5名厂商中,华为和小米的出货量同比大幅增长。

## 重庆东环线首座双线特大桥合龙

本报讯(记者李国)11月6日凌晨,位于重庆麦场湾临河的首座双线特大桥成功合龙,标志着重庆这条总投资近400亿元的铁路枢纽工程又向前推进一步。

工程施工方中铁八局项目部负责人肖逍告诉记者,麦场湾双线特大桥从已经通行的渝利线和渝怀线铁路斜下方穿过,最近边缘距离1米左右,施工难度极大。施工中采取钢筋集中加工、混凝土集中搅拌、预应力件集中生产,充分利用“互联网+”技术,全面提升施工管控能力。据了解,东环线将串联起重庆北站、重庆西站等铁路综合交通枢纽,2017年下半年全面开工建设,正线全长约158.7公里,预计2021年底建成通车。

### “硒有慈利”品牌区域化战略价值彰显

本报讯(记者方大丰)“作为湖南省首个全品类县域公用品牌,‘硒有慈利’已成为湖南省区域品牌化发展的一张名片。”11月2日,在长沙举行的“硒有慈利”建设恳谈暨招商推介会上,慈利县人民政府副县长谢模强如是说。“硒有慈利”品牌发布于2017