

企事录

蒙牛收购中国圣牧子公司



东方IC 供图

事件:12月24日,中国圣牧发布公告称,公司已与蒙牛乳业全资子公司内蒙古蒙牛订立投资协议,将以3.03亿元向后者出售内蒙古圣牧高科奶业有限公司51%的股权。

作为股份购买协议的先决条件,中国圣牧将要将所有下游乳制品业务链以及相关资产和知识产权等悉数转让给合资公司,后者将拥有完整的业务链和资产的公司,进行有机乳品(不包括婴儿配方及其他配方奶粉产品)的生产和分销。

点评:中国圣牧是国内最大的有机奶原奶企业,但国内奶价过低导致生物资产减少,原奶生产成本过高,加之缺少足够的下游营销能力,这些都成为圣牧业绩大幅下滑的原因。

此次收购让圣牧获得喘息的同时,对蒙牛来说,可以进一步优化优质原奶、有机奶源的布局,最关键的是取得了优质奶源的控制权。

目前,国内乳业伊利、蒙牛两强对峙的格局已经形成。蒙牛想要在竞争中有所斩获,一方面要依靠内生性的增长,另一方面也有赖于行业并购。合资公司成立后,如何具体调整圣牧的生产与营销战略,还需要蒙牛花费一番力气。

宁德时代与吉利汽车成立合资公司

事件:12月20日,宁德时代发布公告称,将与吉利汽车旗下的浙江吉润汽车有限公司成立合资公司。新公司主要从事锂电池、燃料电池、电池管理系统及电池包的研发、制造及销售业务,注册资本为10亿元。

宁德时代和吉利汽车将以现金方式出资,其中宁德时代占股51%,浙江吉润占股49%。

点评:面对动力电池领域越来越激烈的竞争,宁德时代一直在寻求与下游整车企业的合作,以此拓展市场。2017年,宁德时代与上汽集团全资子公司上海汽车集团投资管理有限公司成立两家合营企业,从事锂电池和动力电池相关业务。今年,遵循类似的合作方式,宁德时代又与广汽集团合资成立了两家企业。

今年前十个月,宁德时代累计装机量占到全国市场份额的41.28%。虽然稳居榜首,但随着竞争加剧和新能源市场日趋饱和,唯有打通产业链上下游,才能找到新的盈利点。

除了宁德时代,比亚迪也与长安汽车进行了合作。可以预见,电池企业与车企深度捆绑后参与市场竞争将成为一种趋势。

维维股份转让贵州醇

事件:近日,维维股份披露关于子公司贵州醇酒业有限公司股权转让进展情况的公告。公告显示,公司于日前与控股股东维维集团签署了《股权转让协议》,后者以2.75亿元的价格接手前者所持有的贵州醇酒业55%股权。

贵州醇酒业曾是中国知名白酒品牌之一,从2012年维维股份接手后,贵州醇的亏损状况一直没有实质改善。

点评:虽然有年底创利之嫌,但从这次转让行为中,也可看出维维股份剥离非主营业务的决心。以豆奶起家的维维股份,曾占据国内70%的豆奶市场,近年来公司频频跨界,乳业、地产、金融、医药、酒业等均有涉足。

从2016年起,维维股份提出“大农业、大粮食、大食品”战略,力图回归豆奶粉等粮油食品主业。不过,如今永和等品牌强势崛起,伊利、蒙牛、达利等纷纷入局,维维想要回到“欢乐开怀”的过去,也并非易事。

(本报记者方大丰)

茅台保健酒实现收入高增长

本报讯(记者李丰)记者日前从茅台集团了解到,2018年,茅台集团保健酒业公司实现营业收入5亿元,同比增长31.57%,实现利润5000万元,同比增长42.85%,预计2020年实现销售收入12亿元。

相关行业数据显示,未来五年,养生保健酒市场规模将达到500亿元,年度复合增长率在15%左右。保健酒将成为继白酒、啤酒、葡萄酒之后,国内酒业市场的第四大酒种,保健酒市场因此也正在成为一个增长迅猛的酒类板块。

茅台集团保健酒业公司党委书记、董事长王开馥表示,2017年,在国内白酒行业开始整体回暖形势下,保健酒业公司提出了“惊蛰计划”发力市场,从战略定位、品牌认知、市场理念、客户价值等多个维度对茅台保健酒系列产品进行变革。

据介绍,1984年,茅台集团保健酒业有限公司前身贵州茅台酒厂劳动服务公司正式成立,经过34年发展,保健酒业公司已成为集保健酒、配制酒、白酒产销于一体的酒类知名产品,公司主营产品包括“茅台不老酒”“台源酒”“茅乡酒”等多个系列产品。茅台集团已从2018年起在资金、政策、技术、人力等方面全力支持保健酒业公司发展,力求将保健酒业公司打造成为与自身定位相称、与茅台品牌相符的国内著名企业。

- 品质不输国外,品牌认知度却远远不够
- 产品制造、检测无据可依,冰雪装备技术标准体系缺乏
- 造雪机、压雪车等重装备市场饱和度高,行业布局有待优化

冰雪装备企业亟待破解“成长烦恼”

本报记者 彭冰

高低起伏的雪道、七彩流光的旱草、风驰电掣的雪地摩托……12月23日,第三届中国·吉林国际冰雪产业博览会暨第二十二届中国长春冰雪旅游节开幕,在冰雪装备主题展馆内,参展企业带来的众多优质产品,不仅吸引了不少观众现场体验,更是让人们对中国冰雪装备有了全新认知。

“三亿人参与冰雪运动”的国家目标提出后,我国冰雪装备产业发展迅速,资本大量涌入,行业整体呈现勃勃生机。

不过,记者在采访中发现,国产冰雪装备企业当前也面临着许多“成长中的烦恼”,亟待各方合力破解。

消费者对国产品牌认可度低

“我们公司生产的雪板,从原材料到工艺再到质量,与国际品牌一模一样,也给俄罗斯、挪威、美国等国家的一线品牌做代加工。”在推介自家展品的产品时,河南晋安机械科技有限公司外贸经理袁晓阳语气中充满“品质自信”,在她身后,“冰雪设备专家与领军者”的企业海报甚是醒目。

相较于该公司为国外贴牌生产的雪板,这些“内销”产品的价格可谓“相当实惠”。其中,常规产品售价1000元左右,比其代加工的国际品牌便宜约3000元;高端产品售价在4000元上下,比国际品牌便宜1万元……

不过,让企业头疼的是“消费者更认国际品牌”。

消费者对国产品牌的认可度低可谓业内企业的普遍烦恼。目前,无论国内雪场使用的造雪机、压雪车,还是民众使用的滑雪板、滑雪靴,多为国际品牌唱主角。

一位滑雪场工作人员说:“冰雪项目对于装备和器材有严格的要求,国内这一行业起步晚,发展时间短,我们不敢贸然选择知名度还不高的国内产品。”

一些为国外品牌做代加工的冰雪装备制造商认为,造成“墙内开花墙外花”局面的原因还有:与乒乓球、篮球等群众基础较好的运动项目相比,国人对于冰雪装备的性能并没有充分了解,而是青睐国外品牌,认为国外装备更精良,而且存在一种互相攀比的竞争。蒙特贝卢纳镇是世界著名的冰雪运动鞋类产品制造基地,全球约75%的滑雪靴、65%的冰刀鞋产品出自这里。

国产品牌做代加工的冰雪装备制造商认为,造成“墙内开花墙外花”局面的原因还有:与乒乓球、篮球等群众基础较好的运动项目相比,国人对于冰雪装备的性能并没有充分了解,而是青睐国外品牌,认为国外装备更精良,而且存在一种互相攀比的竞争。蒙特贝卢纳镇是世界著名的冰雪运动鞋类产品制造基地,全球约75%的滑雪靴、65%的冰刀鞋产品出自这里。

不只是鞋,一家滑雪服厂家负责人对记者说:“在欧洲,滑雪服的质量标准是适应零下10℃低温,日本是零下8℃,但我国北方冬季温度低于零下20℃,国外标准都不适用,应该建立自己的国标。”

“比如,我国95%的雪场都需要人工造雪,国外造雪机多是零下5℃才能造雪,针对我国南方冬季温度,我们研发了零下1℃就能造雪的设备。”袁晓阳对记者说。

位于牡丹江的长城造雪机厂,是目前国内规模最大的造雪机厂。该公司工作人员告诉记者,他们的产品造雪量大,出雪快、能耗低,已经出口俄罗斯等多个国家,为增强国内客户对国产品牌的信任度,该厂推行了“三年无责任质保”,即使是客户操作导致设备损坏,也在保修范围之内。

“为提高自身产品的知名度,我们已连续两年参加德国冬季体育用品展,今年还花费30多万元参加了东博会。”袁晓阳希望,国内购买者能对国产品牌更“友善”一些,同时希望政府对业内企业的参展费用给予更大力度补助,扶持中国企业打出品牌。

吉林省四海为家户外装备有限公司总经理宋学超对记者说:“冰雪装备产品每年使用周期有限,为提升消费者的认知度,开拓国际市场,延长销售时间,少不了到外埠参展宣传,希望得到政府的补助支持,毕竟现在国内冰雪装备产业还在起步期。”

无规矩何以成方圆

“冰雪装备产品不仅要抗寒、舒适、耐用,更要安全,这个行业需要有一定的门槛,标准很重要,但我国现在还没有自己的行业标准。”佛罗萨国际皮革工业园董事长兼总经理张雁鸣对记者说。

张雁鸣所在的企业位于吉林辽源,有着几十年运动鞋生产经验,大约三四年,该企业开始给意大利蒙特贝卢纳镇的企业代加工滑雪靴内胆。蒙特贝卢纳镇是世界著名的冰雪运动鞋类产品制造基地,全球约75%的滑雪靴、65%的冰刀鞋产品出自这里。

“我们为国外企业贴牌代加工,执行的是欧洲标准,但欧洲人的脚型比中国人薄、窄、长,中国人如果穿欧洲标准的滑雪靴,就会感觉压脚面、夹脚。冰雪运动装备涉及人身安全,滑雪靴若不合脚就会很麻烦,何况很多滑雪者都是初学者。”张雁鸣表示,包括生产用胶的环保性、所采用面料的防寒性、滑雪靴的耐冲击性等指标在内,只有建立中国自己的行业标准,才能让企业有据可依,他说:“技术和标准是双重的,都非常重要,有技术没标准等于是粗制滥造。”

不只是鞋,一家滑雪服厂家负责人对记者说:“在欧洲,滑雪服的质量标准是适应零下10℃低温,日本是零下8℃,但我国北方冬季温度低于零下20℃,国外标准都不适用,应该建立自己的国标。”



视觉中国 供图

“由于缺乏行业国标作为依据,当前在国内市场,客户各有各的要求,在没有国家标准的情况下,想通过国内检测都没有办法。”袁晓阳说。

业内人士纷纷表示,这些问题都会影响到国产冰雪装备产业的健康发展,加快推动建立健全中国冰雪装备技术标准体系已是当务之急。

各自为战,处于散打状态

随着北京2022年冬奥会的临近,各路资本已经蜂拥进入冰雪装备制造领域,很多企业的共同感受是“竞争越来越激烈”。本来,通过市场竞争“大浪淘沙”无可厚非,但种种恶性竞争却让企业叫苦不迭,“山寨产品”更是层出不穷。

“这些山寨产品完全没有自己的技术,我们有一款产品今年上半年刚获得一个国家级创新应用奖项,下半年市面上就出现了仿品,虽然我们有专利,但却没有时间和精力去追责。”提起这事,展会上一家企业负责人一脸无奈。

除了仿造品扰乱市场秩序外,业内价格战也是愈演愈烈,用袁晓阳的话来说:“今年以来,有2倍于去年的资本进入滑雪板生产领域,大家各自为战处于散打状态,一片混战中,各家主要是比价格,谁也没有多少利润,反倒是国外品牌赚了个盆满钵满。”

盆满钵满。

业内专家普遍认为,资本布局不合理,加之没有科学决策,此类“雨后春笋”最后很可能落得个“昙花一现”“快速死亡”的结局。

“冰雪产业链很长,完全没必要扎堆竞争。”袁晓阳说,“例如制作雪板的原材料,除了木芯和玻璃纤维、面板、底板、钢边条等基本都是从欧洲进口的。目前中国80%以上生产雪板的工厂,都是从国外进口原材料,如果资本能向上游原材料领域合理布局,岂不是能和下游企业一起双赢?”

据了解,国内高端冰刀的钢材基本都是从德国或瑞士进口,因为冰刀需要使用粉末冶金钢,只有国外很少的几家公司生产。

“我国冰雪装备制造产业要想持续健康发展,需要有完整长远的规划。目前造雪机、压雪车等重装备市场饱和度较高,而冰雪轻装备产业则多掌握在国外大牌企业手中,部分高精尖原材料国内生产不足甚至生产不了……有关部门应当根据产业发展形势,及时加强投资方向的引导,避免资源损失,给行业发展留下隐患。”张雁鸣说。

采访中,很多企业呼吁加强知识产权保护,组建相关的行业协会,通过行业协会加强行业自律,避免打价格战,摆脱扎堆在某些产品领域的竞争泥潭,通过合理布局,推动行业健康发展。

分行推进业务全面发展的新利器,让网点这一贴近百姓生活服务的物理渠道,越来越科技化、智能化。通过在营业网点加大投放智慧柜员机力度,网点覆盖率达到100%,实现了客户操作的自助化、便捷化和智能化。

在金融科技的潮流中该行陆续引入了人脸识别、语音导航、智能机器人、云生产等智能化技术,实现网点大堂多渠道、全方位智能化识别客户,进一步提升了客户的体验。通过金融科技的运用,建行江西省分行实现了智能风险管理,建立了大数据选客控险、模型化系统排险、智能化预警避险等全流程风控机制。2018年累计线上发放贷款100.2亿元,支持1.06万户小微企业,不良率保持较低水平。

同时,该行积极借助善融商务平台在扶贫点开展电商扶贫,组织扶贫商户在“善融商务”电商平台持续开展“善融扶贫、江西献礼”营销活动,免费在“善融商务”提供各类信息资源,提供扶贫费用补贴支持,并帮助扶贫企业提升客源及流量,有效扩大了扶贫商品的销售量。截至2018年10月末,累计发放贷款5313万元。“善融商务”累计上线扶贫企业539户,实现交易额3.3亿元。

建设银行江西省分行党委书记、行长万国平表示,在践行普惠金融理念同时,建行还主动下调小微企业贷款利率,重点产品利率下调幅度超过20%。此外,还主动减免小微企业开户等26项费用,使小微企业融资成本不断降低,得到众多小微企业客户的高度认可。

山东节省企业信息化投入超10亿元

本报讯(记者丛民)记者从日前召开的山东省企业上云推进工作会上了解到,截至10月份,全省企业上云数量6万余家,全年可完成7万家的目标任务,其中有1600余家在省企业上云公共服务平台上领取了“云服务券”、合计3000多万元,累计节省企业信息化投入超过10亿元。

据介绍,今年全年,全省上云企业将达到7万家,猪八戒网、东方国信、用友等一批国内知名云服务商的加入,进一步丰富了山东企业上云“资源池”。未来一年,山东省将重点实施工业互联网“个十百”平台培育工程,重点培育1家以上工业互联网综合服务平台、10家以上跨行业跨领域工业互联网平台、100家以上特定行业、特定区域或特定应用场景的工业互联网平台。

全国首届标准化军民融合年会举行

本报讯(记者杨明清 通讯员王静)12月20日,2018

全国标准化军民融合年会在青岛西海岸新区举行,会上,12家标准化专业机构与青岛西海岸新区共同发布标准化军民融合“青岛共识”,推动标准化军民融合向更深更广发展。

作为全国首届标准化军民融合会议,本次年会以“标准融合 协同创新”为主题,来自中央机关和国家部委、军队单位、军工集团、科研院所、民营企业等标准化军民融合领域的500余名嘉宾参会,共同探讨标准化军民融合新路径新举措,推动建立军地衔接、精干高效、兼容发展的军地通用标准体系,促进国防经济和国民经济、军用技术和民用技术融合发展,助推青岛军民融合创新示范区建设。

贷款实现网络化、自助化操作,几分钟即可完成贷款全流程

“小微快贷”解决小微企业“短小频急”资金需求

本报记者 卢翔

即完成。一个月之后,李女士收到海外客户的回款,将这笔贷款实时归还。

相关数据显示,江西小微企业总数超过40万户,个体工商户180万户。近年来,中国建设银行江西分行一直将普惠金融放在重要位置,不断探索机制创新产品,该行把中小企业信贷业务暨支持民营经济发展列入战略发展重点,逐年加大对民营企业的金融支持力度。

值得一提的是,针对普惠金融客户“缺信息”“缺信用”等特点,建设银行借助模型设计、数据积累与系统开发,创新建立起有别于银行传统业务的“数据化、智能化、网络化”服务新模式,将金融科技优势转化为服务实体经济的能力。截至2018年10月末,建行江西省分行普惠金融贷款余额144.5亿元,比年初新增31亿元,同比增长27.28%,贷款客户37219户,比年初新增10541户,同比增长39.51%,江西省分行所有网点均能开展

小微企业服务。

李女士采用的“小微快贷”即是建设银行创新成果之一。“小微快贷”实现了小微企业贷款全流程网络化、自助化操作。客户可通过网上银行、手机银行进行贷款申请、审批、签约、支用、还款等线上自助操作,在客户信息完整的情况下,只需几分钟即可完成贷款全流程,有效契合小微企业“短小频急”的资金需求。

此外,由于缺乏可抵押品,担保能力低,个人信用记录不完善等,以前农民很难获得银行贷款,该行则搭建线上线下、快捷便利的“智慧银行”生态网络,在银行网点尚未覆盖的县域,推出“裕农通”服务,通过“移动金融+村级供销服务社”,在行政村建设“村口银行”。在这里,村供销服务社就是简版的银行网点,手机成了交易终端,银行基础服务快速延伸到农村田间地头、千家万户。

如今,“金融科技”战略现已成为建行江西省

人工智能助力装备制造业转型升级



12月24日,工人在河北宣化经济开发区一家泵车制造企业操作等离子切割机下料。

近年来,该地积极引入人工智能,发展智慧型制造业,实现工厂化生产、流水化作业、智能化控制、信息化管理、装配化施工。当地装备制造企业在焊接、切割、搬运、装配等多个领域实现人工智能化作业,大大提高了劳动生产率和生产效益,装备制造企业年产值突破300亿元。

视觉中国 供图