

抓住白酒市场新的整合机遇

牛栏山走出北京加快全国化扩张

本报讯 尽管在上一个白酒黄金十年期间,区域名酒的全国化发展进程随着行业大调整而被打断,但是随着行业回暖,区域白酒企业已经开始启动新一轮全国化战略。如今,北京白酒企业牛栏山正在朝着全国化目标加快脚步。牛栏山酒厂厂长陈世俊近日透露,牛栏山泛全国化格局基本稳定,2018年突破亿元的省级市场(包括直辖市)达到22个,500万元以上销售额的经销商数量达193个,1000万元以上销售额经销商数量达134个,5000万元以上经销商数量达36个。

相关数据显示,2018年上半年,牛栏山营收57.74亿元,同比增长62.29%,在酒水行业中再次成为业绩增长明星企业。全年下来,作为五大主导系列之一,牛栏山42度陈酿单品年销售额超过30亿元。

业内人士分析认为,牛栏山在全国化及大单品方面取得的重大突破,意味着其2020年的100亿元目标将提前实现。牛栏山酒厂党委书记、厂长宋克伟表示,“不怕慢,就怕站,只要在路上往前走,就一定会有美好的明天。”

值得注意的是,牛栏山方面还透露,在泛全国化格局已定下,牛栏山2019年的战略将发生变化,从区域市场扩张向市场纵深发展,加强与终端之间的合作,实施精细化营销。同时,从陈酿单品这一超级大单品的基础上,其他产品加快实现规模化,以求获得更高的效益。

迄今为止,牛栏山已经形成了金字塔式的产品结构,顶部是经典二锅头,腰部是“小百年”,也就是俗称的“三牛”,底部则是“珍牛”,多头并进则能为牛栏山带来更好的发展。

事实上,牛栏山也在致力从深耕北京到同步打造外埠样板市场转变。作为北京的地产白酒,牛栏山白酒在北京市场获得了高度认可,顺势进入地方市场具有明显的优势。

在上一轮白酒的黄金十年中,区域酒企的全国化止步于2013年的行业大调整。对于区域名酒而言,由于地缘消费的惯性,在本地拥有较大的品牌和竞争优势,但进行全国化扩张将是一次大的投入和挑战。因此,抓住次高端白酒市场正在经历的新一轮增长浪潮,应是区域酒企的当务之急。

根据国信证券研报显示,现阶段白酒行业次高端品牌酒企尚未形成全国性品牌,还处于蓝海。根据测算,2016年次高端市场规模约316亿元,预计到2020年前后突破1000亿元,未来4-5年的复合增长率为30.6%。未来次高端品牌市场具备较大整合空间,市场集中度有望进一步提高。

(东方)

“2018世界品牌500强”排行榜揭晓

长虹AI+体育营销品牌影响力稳步提升

本报讯 2018年12月27日,由世界品牌实验室编制的“2018世界品牌500强”排行榜在香港正式揭晓,中国知名信息家电品牌长虹位居榜单第286位,同时上榜的中国品牌共有38个,包括国家电网、腾讯、海尔、华为等。

2018年度榜单中可以折射出全球知名品牌在过去一年中的变化。据了解,品牌影响力的三项评判关键指标即市场占有率、品牌忠诚度和全球领导力,由于在人工智能和大数据技术的成功应用,2017年的季军亚马逊一举击败苹果荣登榜首,揭示出产业技术发展的潮流趋势。长虹在人工智能家电和智能制造服务领域的持续发力,及其以世界杯为契机,发力体育营销,也使得品牌影响力得以稳步提升。

长虹很早就开始在智能家电领域布局,自2016年首款人工智能电视问世以来,长虹在人工智能技术上的快速迭代,从声纹识别到全空间语音交互的应用,始终保持领先地位。在2018年中国500最具价值品牌榜单中,长虹品牌价值达到1459.65亿元,实现跨百亿元增长,与长虹人工智能家电的领先地位分不开。据长虹CHiQ电视产品经理陈科宇介绍,目前,长虹智能电视激活率44.91%,留存率67.85%,活跃度56.86%,转化率38.37%,均居行业第一。

长虹在CHiQ电视上应用人工智能技术所取得的成功,进一步激发了长虹旗下冰箱、空调产品迈入人工智能时代的动力。据CHiQ冰箱、空调产品经理钟明介绍,长虹率先将全语音交互技术应用在空调和冰箱,通过四麦线阵列、声纹生物识别、环境噪声自动识别等技术,为用户提供更自在、舒适的体验。不仅如此,长虹近期推出的人工智能家电,开始基于物联网的AI+IOT技术,通过强大的物联兼容协议将CHiQ电视、CHiQ空调、CHiQ冰箱乃至跨平台的智能家居产品进行互联互通。

品牌影响力提升离不开用户的口碑支撑。2018年,长虹以世界杯为契机,将品牌营销与用户运营做出了新意。长虹成功签约赞助世界足球强队比利时国家队征战世界杯赛场,在世界杯小组赛开始前,长虹就开始了线上线下用户运营活动。自2018年4月中旬开始,长虹启动面向全国的“球迷福利季”,通过电视平台的活动专区,调动用户参与,随着世界杯小组赛揭幕,我是竞猜王、看球领神器和智能诊断服务这三大线上活动热烈开展。长虹相关负责人表示,世界杯赛期间每天聚集了600多万人活跃在长虹线上平台。与此同时,长虹还开展线下用户活动,一系列的优惠促销活动不仅对销售的刺激作用十分强劲,同时也拉近了长虹品牌与用户的距离,让长虹的品牌影响力和品牌忠诚度进一步提升。

(金亮)

巴拿马四桥开工建设

中资企业挑大梁

本报讯 (记者邹明强 通讯员张延涵 周端)记者日前从中交二航局获悉:当地时间2018年12月4日,巴拿马四桥项目在巴拿马国际海事大学举行开工仪式。牵头设计的中交公规院,负责施工的中交二航局、中交二公局部分员工和巴拿马政府官员、相关部门负责人出席了开工仪式。

巴拿马总统巴雷拉在仪式致辞中表示,巴拿马四桥是本届政府最重视、巴拿马人民最期待的工程项目之一。该工程的建设不仅将改善运河两岸交通运输状况,让逾200万居民出行受益,还将成为巴拿马运河上又一颗璀璨明珠。他同时充分肯定和高度赞扬中国交建在巴积极开展业务,为促进当地经济社会发展作出了重要贡献,更加深了中巴两国的友谊。

由中国交建与中国港湾联合体中标的巴拿马四桥项目,是迄今为止中资企业在美洲取得的单体最大的政府现汇项目,也是中资企业在美洲地区中标的最大桥梁单体项目。项目位于巴拿马首都巴拿马城,美洲大桥以北约0.5公里处,将连接巴拿马环线以及当地3号线轨道交通系统。大桥全长(主桥+引桥)3.95公里,主桥为长1010米、主跨510米的双塔双索面公铁两用斜拉桥,横跨巴拿马运河两岸,通航净空高75米,净宽260米。大桥主跨采用钢箱梁结构,标准宽度为51米,按6车道标准建设,并在中央预留轻轨线,用于未来通行轨道交通3号线。

“维也纳”扎堆,遍地“爱乐团”,市场繁荣背后存在着“水团”“假团”等滥竽充数现象

行业纵横

新年音乐会市场如何奏出更美之声

本报记者 黄仕强

每到年底,国内演出市场最火的无疑是新年音乐会,以一场高雅的新年音乐会辞旧迎新,已经成为近年来备受国人欢迎的文化时尚。

但是,新年音乐会似有扎堆之势,尤其在国内一些大型城市,从12月到新年1月,一座城市就有多达二三十场的新年音乐会举办。如此众多的新年音乐会,给消费者带来了新的困扰:到底该怎么选择?而记者调查发现,新年音乐会市场更是存在着滥竽充数的现象。

现状:被热捧的新年音乐会

2018年12月24日,重庆大剧院门外,一张巨大的“浪漫辉煌——理查德·克莱德曼新年音乐会”海报吸引了路人的目光。《工人日报》记者从售票处获悉,这场音乐会的门票只剩下1280元、1580元两个档次。

据了解,每年下半年至次年,重庆都会推出“演出季”,今年已经是第七届,会有多达几十场的各类演出轮番上演。而12月至新年1月,是演出最为集中的时段,新年音乐会则是这个时段出现频率最高的关键词。

记者在大麦网上进行了票务查询,2018年12月31日这一天,有两场新年音乐会分别在重庆大剧院和重庆国泰艺术中心举行,演出的乐团是保加利亚索非亚国家爱乐乐团和意大利那不勒斯皇家爱乐乐团。而在那之前,还有“德国科隆交响乐团2019新年音乐会”“李云迪·云指肖邦2019新年音乐会”“维也纳皇家交响乐团新年音乐会”“维也纳之声新年音乐会”等相继举行。

“从2015年开始,新年音乐会已经成为重庆跨年演出市场的重要元素,尤其是12月至新年1月,都会迎来一轮演出旺季。”重庆大剧院一位负责人表示。

这样的景象并非只有在重庆出现,记者从国内几个主要票务网站上了解到,像北京、上海、广州等大型城市,跨年演出市场几乎都被新年音乐会占据。比如北京,从2018年12月21日至2019年1月6日,就有50场以新年音乐会为由的活动,其中80%演出均集中在跨年的一周内。

“新年音乐会是舶来品,起源于维也纳金色大厅。随着中国社会经济发展,各种名目的新年音乐会



2018年12月24日,奥地利维也纳之声交响乐团在贵州省仁怀市为观众演奏经典名曲。 陈勇 摄/东方IC

会近几年在国内各个城市遍地开花,培养了一大批观众,也成为每逢新年最受国人热捧的文化活动,呈现出一派繁荣景象。”重庆国泰艺术中心负责组织音乐会的黄女士告诉记者,“新年音乐会”已成为了各大演出商在年末打出的王牌。

幕后:热闹市场背后暗藏泡沫

无比热闹的新年音乐会演出市场,为国人提供了一种新的辞旧迎新的方式,但是,市场一旦繁荣往往就会出现滥竽充数现象。记者调查发现,2018年12月28日至2019年1月3日短短一周内,北京各大演出场所中竟出现了10个以“维也纳”为关键词的交响乐演出。这样的现象并非孤例,在票务网站上选择任一城市,点击“新年音乐会”关键词后,都会看到“爱乐乐团”“皇家”“施特劳斯”的字眼,而乐团介绍中,“皇家盛典”“顶级”“正宗”等词语也比比皆是。

“国内的新年音乐会市场一直隐藏着大量泡沫。”中国演出行业协会会长朱克宁直言不讳地

说。重庆市音协相关人士也同意上述观点。“如今的国内新年音乐会市场充斥着‘水团’‘假团’的身影,已经对演出市场的正常生态造成了一定的伤害。越来越多的国人愿意走入场馆欣赏演出,市场繁荣给‘水团’‘假团’提供了一线生机。比如并不是所有有名叫‘爱乐’的乐团都是世界名团,实际情况是‘国家名’和‘爱乐乐团’之间还有个限定语被有意无意省略掉了,于是都呈现出国家级爱乐乐团的样子。比如法国爱乐乐团,99%都是假的。”

这样的滥竽充数为国人带来新的困扰:有的票价昂贵,有的票价低廉,而名号上又无法分辨谁真谁假,自然就无从选择。此前就有媒体报道称,在德国演出票价最高只要20欧元的“莱比锡室内乐团”进入中国演出后改称为“德国莱比锡国家爱乐乐团”,票价立即翻了数倍。

各种乐团扎堆表面上营造出新年音乐会演出市场一片繁荣,但业内人士指出这样的繁荣事实上很有限。“目前新年音乐会市场分两种情况,一种是国人个体消费,一种是企业单位包场消

创新商事制度改革,为高端新兴产业快速落户开辟出“绿色通道”

芯片“新贵”为什么汇聚崂山

本报记者 杨明清 通讯员 刘志峰

人、研发、产出、销售,这些事关我们发展的每一个重大环节,都能从当地找到理想的产业资源。”

在投入环节,落户崂山后,矽昌通信完成了1.1亿元的A轮融资,估值达10亿元。2017年10月,崂山区发布了全省首个系统性的微电子产业发展支持政策,从融资奖励、贷款贴息等多维度给予企业“真金白银”的支持,经认定的集成电路设计企业最高可获得500万元的一次性项目启动经费补贴。同时,崂山区正在筹建集成电路产业母基金,初步预计规模100亿元以上。截至目前,通过国有平台公司投资、政府股权直投等方式,崂山区已向落户的微电子企业注资2亿元。

在资金扶持之外,与崂山区产业生态间的深度互动则是矽昌通信落户于此的深层动因。崂山区向微电子产业发轫仅一年多,就累计落户微电子产业项目36个,占全市半数以上,聚集歌尔微电子、歌尔智能传感器、大唐半导体等一批微电子总部项目。据崂山区科创委副主任吕良宝介绍,崂山区发展微电子产业的主攻方向是集成电路设计和MEMS(微机电系统)传感器这两个垂直领域,按产业链招商的思路,每个方向都依托生态级平台发挥杠杆作用——在集成电路设计方向,中科院青岛EDA中心建设完成并投入使用;在智能传感器方面,先进封装测试公共服务中心完成场地建设。此外,磁传感服务平台初步具备服务能力,崂山区已拥有海信数字多媒体技术国家重点实验室以及2家省级集成电路设计中心,在显示

芯片、光学芯片、声学处理芯片等领域走在了全国前列。

2018年是青岛一流营商环境提升年,崂山区创新商事制度改革,为高端新兴产业的快速落户开辟出“绿色通道”。在崂山区行政审批服务大厅,不少前来办事的创业者都感受到了前所未有的新体验——他们可以享受新设企业免费代办服务,服务费用由政府以购买服务的形式来承担,还可以登录“微注册”微信平台,在家“移动办理”企业开办相关事项,甚至可以就近去一家银行,在崂山区银行网点的企业注册登记“新窗口”拿到营业执照……

在青岛微电子创新中心19层,矽昌通信的销售团队已先期入驻,崂山区为其提供了三年免租金的办公空间,面积达1800平方米。记者来到这里时,崂山区科创委一位工作人员正在和徐华探讨公司市场渠道开拓的路径,约定好明天一起前去对接意向合作企业。矽昌通信主要进行智能家居网关芯片设计,目前已推出双频千兆路由器、AI路由器、智能无线面板三款应用产品,其芯片比同性能进口产品价格低20%。

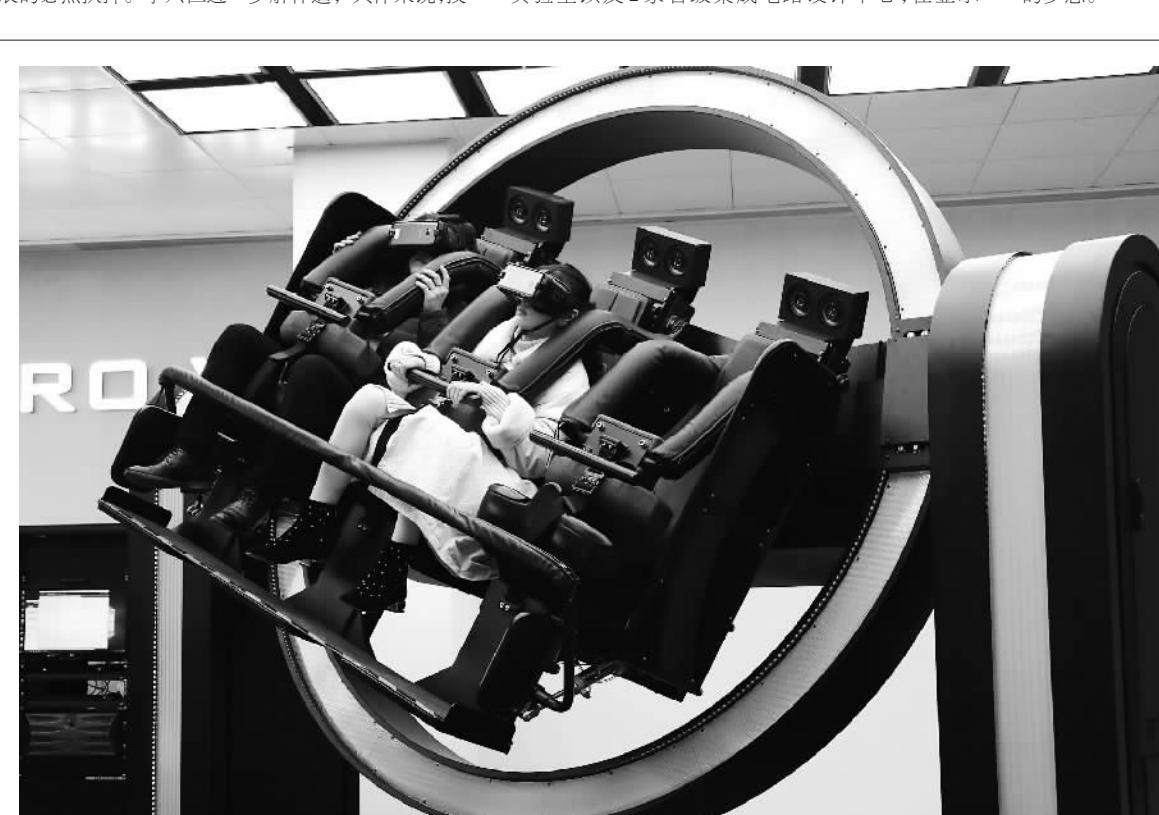
“实现量产,我们最紧迫的任务是尽快开拓市场,与360、北航研究院、上海绿城的合作目前正在对接洽谈中,争取在三年内实现6.5亿元的产值。”李兴仁说。在经历了漫长的研发历程后,李兴仁希望在崂山这片创业热土实现助推芯片“国产替代”的梦想。

当前母婴产业巨大发展潜力也吸引了行业及资本关注,各种母婴垂直电商快速兴起,天猫、京东等互联网平台巨头在母婴市场也频频发力。当前母婴电商主要包括三类:京东、天猫、亚马逊、淘宝、苏宁易购、小红书、洋码头、网易考拉海购等综合平台类;贝贝网、美团妈妈、好孩子、蜜芽等垂直平台类;辣妈帮、宝宝树、母婴说等社区类。在同质化严重、电商变现困难、遭遇平台型互联网企业碾压下,母婴垂直电商又该如何发展?

曹磊表示:“母婴生态市场布局已成为各大母婴厂商关注的焦点,母婴市场向婴幼儿早期启蒙、医疗、亲子等细分领域延伸。随着零售新时代的到来,互联网母婴厂商正积极抢占线下资源,各母婴电商平台纷纷布局线下实体店,积极融合线上线下资源,进行全渠道零售建设。同时,初步形成了线下母婴社群新入口,线上‘圈子’共享新模式,也就是说的社交化。”

以宝宝树为例,其主要平台包括“宝宝树孕育”“宝宝树小时光”“美囤妈妈”。其中,“宝宝树孕育”,作为旗舰平台与主要用户流量入口,搭建用户社区,生产优质内容,妈妈们可以充分交流与分享经验。而“宝宝树小时光”和“美囤妈妈”则很好地满足了母婴人群的记录和购物需求。

曹磊认为,零售新时代下分享经济蓬勃发展,所有的母婴消费者既是买家同时也是卖家。“宝妈们”有了自己对产品的深入体验,对产品的口碑、评价就是对母婴品牌的再次宣传与推广,聚焦社区、圈子、朋友圈,社交化是分享经济到来的最好见证。

加快推进
虚拟现实产业发展

2018年12月26日,在江西南昌VR主题乐园内,游客正在体验VR虚拟现实游乐项目。日前,工业和信息化部发布的《关于加快推进虚拟现实产业发展的指导意见》提出发展目标,到2025年中国虚拟现实产业整体实力进入全球前列,掌握虚拟现实核心专利和标准,形成若干具有较强国际竞争力的虚拟现实骨干企业。

刘占昆 摄/中新社