

企事录

阿里巴巴收购网易考拉



东方IC 供图

事件:9月6日,阿里巴巴宣布与网易达成战略合作,以20亿美元全资收购网易旗下跨境电商平台网易考拉。同时,阿里巴巴作为领投方参与了网易云音乐此轮7亿美元的融资。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示,天猫进出口事业群总经理刘鹏将兼任考拉CEO,考拉品牌将继续保持独立运营。公开资料显示,网易考拉诞生于2015年,是网易旗下以跨境业务为主的综合型电商平台,为中国消费者提供涵盖美容彩妆、母婴儿童、营养保健、数码家电等众多品类的海外高品质商品。

点评:阿里巴巴要收购网易考拉一事已传言许久,如今终于尘埃落定。近年来网易一直加大对电商投入,但营收却不容乐观。作为常年盈利的互联网企业,营收拖后腿的考拉或已引起网易的不满。

另一方面,今年以来,网易重头板块的游戏业务营收增速也在下降,显然,丁磊希望在卖掉考拉后,更专注于包括游戏在内的核心板块。对于阿里巴巴来说,买下与天猫国际业务高度重合的网易考拉后,将成为跨境电商行业的绝对王者。此外,之前有传言称拼多多也有意出售网易考拉,从这一角度看,阿里巴巴的抢购不失为一种防御性策略。

中船集团计划年底运营首艘豪华游轮

事件:在近期举行的中央企业在沪重大项目集中签约仪式上,中船邮轮科技发展有限公司宣布将在上海宝山区建立涵盖邮轮运营、研发设计和供应链的全产业链体系。

未来十年,中船邮轮计划运营一支8-10艘左右的中型邮轮船队,并形成每年2艘左右的大型邮轮研发设计总包能力。今年年底,中船集团计划通过合资公司,正式运行豪华游轮。中船邮轮成立于2016年,是中船集团旗下发展邮轮产业的业务平台。

点评:大型邮轮被誉为船舶工业“皇冠上的明珠”,是设计建造难度最高的船型,也是中国目前唯一尚未攻克的高技术船型。去年11月,中船集团与美国嘉年华集团、意大利芬坎蒂尼集团签订了“2+4艘”的大型邮轮建造合同,以及2艘在役邮轮的购买协议。

要真正实现自主制造,发展本土化产业链是必然之路。欧洲的邮轮建造船厂,多依靠本土的邮轮产业园和邮轮小镇,实现80%以上的供应商来自本土。本土化不仅保证了供应链的稳定性,还能大幅降低邮轮制造的成本。此次中邮集团与上海宝山区的签约项目,正是聚焦这一关键的产业配套环节,共同推进邮轮配套产业园建设。

过去几年,我国游轮旅游市场年均增速在40%以上,据预测,国内年邮轮旅游乘客人次2035年将突破1400万、2050年将突破3000万。由此看来,自造游轮势在必行。

宁德时代与博世集团达成合作协议

事件:近日,宁德时代表示,该公司与德国自动化巨头博世集团正式建立了长期战略合作伙伴关系,将在全球范围内为博世48伏动力电池系统提供电芯。

德国工业企业博世被称为全球第一大汽车技术供应商。在2019年财富世界500强排行榜中,其位列第77位。目前博世48伏电池已广泛应用于全球多家汽车制造商。

点评:如今,中国对新能源汽车的补贴大幅退潮,补贴退坡超过50%,地方补贴全部取消。加之松下、三星SDI等外资动力电池重新展开对中国市场的争夺,业内普遍认为行业将进入洗牌期。

以宁德时代为代表的国内电池供应商纷纷展开了对产业链上下游的投入。在下游,宁德时代已几乎和所有一线车企有了合作。近两年,还成功加入了大众、戴姆勒国际车企的全球供应链体系;在上游,同样是本月初,宁德时代通过下属子公司认购了澳大利亚一家从事锂矿和钽矿的勘探及开发企业的股份。

大量的投入也换来了良好的业绩,上半年,宁德时代实现营收202.63亿元,同比增长116.5%;盈利21.02亿元,同比增130.79%。不过,随着补贴退潮效应逐渐显现,这只独角兽所做的准备是否足够充分,将陆续得到检验。

(本报记者 方大丰)

西部钻探公司开展爱心捐赠活动

本报讯(记者李元浩 通讯员闫涛)献出一份爱心,托起一份希望。为快速攻克深度贫困堡垒,传递企业正能量,中国石油西部钻探公司日前组织开展了“心系新疆·情暖儿童”捐赠活动。此次捐赠活动以该公司驻南疆泽普县“访惠聚”工作队3个村和叶城县6个深度贫困村2899名中小學生为捐赠主体,捐赠内容以适合中小學生阅读的各类书籍、文具、体育用品和钱款为主,捐赠钱款将统一用于购买中小學生文具、书籍等。

此次捐赠活动在公司内部反响热烈,各基层单位、部分一线队站和海外项目部积极参与捐赠。据统计,此次活动收到公司机关和所属18个基层单位捐赠的书籍3668本、衣物4019件、文具5789个、钱款373496元,为南疆贫困儿童温暖过冬、快乐学习奉献了企业爱心。

一边是大型油品销售企业,一边是新兴的互联网咖啡品牌,一家有门店,一家有经验

卖油郎进军咖啡市场 卖咖啡比卖油更赚钱?

本报记者 孙喜保

不管对于新兴咖啡品牌瑞幸还是传统巨头星巴克来说,这可能都是一个潜在的新对手。

9月3日,中国石化开始在其位于苏州的几家加油站售卖自有品牌的咖啡——易捷咖啡,为了与其油品供应商的身份相关联,咖啡的系列也分别被分为:92#(黑白咖啡)、95#(时尚特饮)、98#(精品系列),这也标志着易捷这一中国石化零售连锁便利店品牌开始正式入局咖啡行业。

在我国咖啡市场竞争日趋激烈的时刻,以销售成品油为主业的中国石化居然高调卖起了咖啡,这在吸引眼球的同时,也在一定程度上加剧了我国咖啡消费市场的竞争程度,让热闹许久的国内咖啡市场再度掀起波澜。当卖油郎进军咖啡市场,这到底是简单玩票还是多元探索?卖咖啡真的比卖油更赚钱吗?

加油站便利店销售咖啡成标配

记者通过搜索“易捷咖啡”微信小程序发现,易捷咖啡当前线上共计15款饮品,被划分为三大类别:黑白手冲、易捷特饮、经典咖啡,价格从12元~28元不等,与市场上同类产品的价格相比,并不昂贵。

事实上,油品销售企业售卖咖啡并不是一件新鲜事,无论是在国外还是在国内都有先例可循。

比如,在国内,中石油曾创立了自有连锁咖啡品牌——好客咖啡,价格集中在18元~33元。在2018年,中石化曾尝试与国内另外一家互联网咖啡企业合作,在其便利店销售咖啡。而在许多欧美大型油品销售公司,利用加油站便利店销售咖啡几乎成为标配。根据一份公开数据显示,国际石油巨头荷兰皇家壳牌集团的优选便利店每年能够售出2.5亿杯咖啡,该公司的相关负责人甚至直言:卖咖啡比卖油的利润率要高得多。

对于许多大型石油公司来说,拓展咖啡业务只是其开拓非油业务的手段之一。许多成品油销售企业往往借助加油站这一销售网点,顺便建成自己的便利店,利用成品油这一高用户黏度的特性吸引顾客购买其它商品,从而形成独特的非油业务。目前国际上较大的油品销售公司,非油业务都已经占其整个业务的50%以上。

相较而言,我国的油品销售企业在这方面还处于刚刚起步阶段。

近年来,随着我国成品油销售竞争加剧,一些民营加油站的竞争力不断增强,再加上新能源和清洁能源被越来越多的使用,这给成品油市场的销售带来了巨大挑战。如何发掘市场潜力,大力拓展非油业务,变为成品油企业重点关注的问题。

以中国石化为例,近年来,随着中国石化加油站非油品业务的不断发展,易捷便利店逐渐被广大顾客接受。据悉,目前在中国石化3万多个加油站中,有2.7万多个易捷便利店,便利店也从最初简单销售香烟、饮料,向更广范围拓展,还形成了多个自有产品品牌。

咖啡市场商战骤起

在业内人士看来,中石化销售咖啡并非只是一时心血来潮的玩票行为,而是一次业务多元化的重要探索。

中国是茶叶消费大国,咖啡长时间作为小众饮品存在,虽然近年来赢得了不少客群,但还远远没有达到较为普及的程度,从另一方面来看,这也意味着我国的咖啡消费具有巨大的市场潜力。

相关数据显示,1998年雀巢的速溶咖啡开始进入中国,开启了中国消费者消费咖啡的新时代,1999年星巴克进入中国,以标准化生产与品控的模式推动咖啡馆的规模经济发展,填补着近乎空白的中国咖啡市场,也培养了大量的城市居民饮用咖啡的习惯。2018年中国人均咖啡消费量为6.2杯,仅为美国的1.6%,也远远低于日本和韩国的消费量。

根据欧美国家的经验,随着一国从低收入国家开始向中高收入国家转变,咖啡消费市场也将迎来快速的增长。实际上,在最近10年中,中国的咖啡消费总量已经保持了年均16%的高速增长,同期世界增长水平仅为2%,中国成为世界咖啡消费增长的最主要拉动力量。

正是看到了这一趋势和前景,从2017年开始,各路资本开始借助移动互联网的力量布局这一行业,一时间,咖啡市场商战骤起。

有专家称,2017年以来,中国的咖啡市场进入了一个意想不到的阶段,在蓬勃兴起的互联网咖啡的搅动下,咖啡行业群雄并起。一些新创立的企业,比如瑞幸咖啡、连咖啡等借助移动互联网的优势,不断获得融资,冲击着原有的格局。星巴克、雀巢等传统企业也积极应对,整个咖啡行业一度出现“烧钱抢客户”的局面。

“这让成千上万的咖啡新用户加入进来,非常好



视觉中国 供图

地普及了中国的咖啡文化和咖啡饮品文化。”连咖啡的创始人王江说。

王江乐观地认为,国内咖啡行业目前仍然处在起点状态,但在未来10年,咖啡是非常值得关注的领域,中国有望成为一个超级的咖啡消费大国,市场甚至会有百倍的增长。

模式能否获成功

据了解,此次中国石化加入了咖啡销售的行列并非孤军奋战,而是联合了互联网咖啡品牌连咖啡一起打造了目前的易捷咖啡品牌。后者在两年内迅速崛起成为行业翘楚,但从今年年初开始收缩阵线,关闭了部分门店,此次与中国石化合作,一定程度上正是看中了中国石化庞大的销售网络和数量众多的易捷便利店的存在,这将会在成本控制方面占据很大优势。

此外,易捷咖啡目前选择的是“外送+到店消费”的模式,通过微信小程序点单,消费者在下单过程中可以选择到店自提、送上车或者外卖服务,这一模式实现了场景突破,是加油站便利店外送+到店消费新零售模式的尝试。



除了加油站门店外,易捷咖啡还可以在中国石化旗下其他办公地点开展业务,这将为新业务的生存和发展提供更加便利的条件。

即便占据众多优势,在开拓咖啡业务的过程中易捷还是采取了颇为谨慎的态度。据悉,易捷咖啡在苏州的门店仍处于探索阶段,在运营过程中易捷咖啡还将持续调整自身的产品、价格等,因此暂未考虑扩张其规模。

一旦其模式获得成功,具备了推广的可能,凭借着2.7万多个易捷便利店所形成的强大的销售网络和雄厚的资本实力,易捷咖啡或将给整个咖啡市场带来不小的震动。

核桃之乡聚力做强“核”经济

本报记者 黄榆

9月1日,云南大理州漾濞县云上村庄缤纷喜庆,各族群众身着节日盛装,共同欢庆2019年云南·大理漾濞核桃节开幕。

作为商旅古道的重要节点,漾濞被视为中国核桃的第一故乡。漾濞核桃种植历史已逾3000余年,光是古核桃树就有600多株,挂牌保护的则达到500多株,百年以上古树核桃达18万株。2013年4月,农业农村部组织专家对漾濞县申报的漾濞核桃作物复合系统项目进行实地考察,通过专家组评审认可,云南漾濞核桃作物复合系统正式成为首届中国重要农业文化遗产。

9月2日,记者走进位于云南省大理白族自治州的漾濞彝族自治县,随处可见郁郁葱葱的核桃树。据了解,核桃树从栽种到挂果一般需要8-10年,为达到以短养长的目的,漾濞祖祖辈辈流传下来将核桃树与各种农作物间套作的独特农耕模式,这种复合栽培的模式,在耕种农作物的同时,又起到了为核桃施肥、松土、除草、浇灌的作用,核桃不但生长快而且硕果累累。

目前,全县核桃种植面积达107万亩,年产量近5万吨,年产值近11亿元,核桃树成了当地百姓的“脱贫致富”树。

位于苍山西镇的光明村是当地有名的“核桃村”,全村核桃总面积达1.2万亩,户均40多亩300多株。依托良好的自然环境,村民们把原本封闭的

农家小院改头换面,开门迎客,办起了特色农家乐。

村民苏果兴家早在2008年就开始经营农家乐,他创办的“果兴园”农家乐在当地小有名气。“现在仅靠农家乐经营就能维持日常生活,卖核桃的收入可以存储下来。”苏果兴说,农家乐今年接待游客估算达1万多人次,收入近6万元。

在光明村,来休闲度假的游客络绎不绝,村民收入持续增加,像“果兴园”一样发了“生态财”的农家乐还有20余家。昔日“头顶云雾脚踩霜,养麦耙耙萝卜汤”的光明村,如今变成了“村在林中、林在村中、房在树中”的旅游明星村。

在漾濞兴农核桃种植销售专业合作社门前,一辆快递货车停靠路边,10余名工人正在装箱、封口、称重、贴签……上千箱包裹正准备发往全国各地。

湖北将在重点行业设立“首席安全官”

据新华社电(记者侯文坤)据湖北省应急管理厅消息,为进一步强化生产经营单位主体责任,湖北将在重点行业领域建立安全总监制度,在相关生产经营单位设立“首席安全官”。

根据湖北省安全生产委员会近日下发的《关于在重点行业领域生产经营单位建立安全总监制度的通知》,安全总监是生产经营单位安全生产工作的专职负责人,专门负责监督管理本单位的安

全生产工作,包括制止或撤销本单位负责人下达的任何影响安全生产、可能导致生产安全事故的决定,管理本单位安全管理机构及安全管理人员和应急救援队伍,对本单位的安全生产考核行使“一票否决权”等10项职责,并且原则上不得安排其兼任或兼职其他工作。

安全总监由生产经营单位选任、聘用或由上级生产经营单位按照管理权限委派后,以正式

文件予以任命,并书面告知当地应急管理部门和相关负有安全生产监督管理职责的部门。安全总监人选须熟悉安全管理体系,熟悉本行业领域的安全规章制度、工艺流程、操作规程等,熟悉本单位的高危工艺、设备、物品、场所和岗位,掌握本单位的安全风险点和重大危险源;须取得高级注册安全工程师资格,或者取得中级注册安全工程师资格且在本行业领域内从事安



高速公路服务区成网红打卡地

9月8日,在网红打卡地沪宁高速公路阳澄湖服务区,新奇的机器人上菜体验吸引了孩子们的目光,家长们也忙着拍照。这里没有菜单,所有食材都在一楼的玻璃房里,旅客点单后在二楼等候即可,上菜的机器人在上菜通道上往来穿梭,能够识别障碍,主动让路。

许丛军 摄/视觉中国

山东实施流程再造推进“一窗受理·一次办好”

据新华社电(记者袁军宝)山东省政府办公厅近日印发《关于实施流程再造推进“一窗受理·一次办好”改革的十条意见》,提出推进“一窗受理·一次办好”改革,加快政府职能转变,通过业务流程革命性再造,提升政务服务效能,打造“审批事项少、办事效率高、服务质量优、群众获得感强”的一流营商环境。

山东省提出,将优化机关内部工作流程,明确牵头处(科)室,实行“一口对外”,限时办结,提高审批服务效率。通过提前服务、容缺受理、数据共享、材料互认等方式,打破部门边界,构建跨部门横向连通的服务流程;建立跨层级纵向联动的服务模式,对重要事项、重点项目实行集中办公、上下协同、专班推进,改“串联”审批为“并联”审批。

山东将加大信息化建设力度,完善“一网通办”信息支撑。其中,将建设山东“一网通办”总门户,2019年10月底前,完善全省一体化在线政务服务平台身份认证、客服咨询、公共支付、物流快递等基础服务功能,实施政务服务事项办理出入口向统一平台集中工程。

在企业开办时间等方面,山东将进一步提速。山东省提出,2019年12月底前,将企业开办时间压缩到2个工作日内;加快工程建设项目审批制度改革,确保全过程审批时间控制在100个工作日内。