

企事录

茅台市值逾4600亿



视觉中国 供图

事件:自去年7月,贵州茅台股价突破290元历史新高后,一直表现坚挺。截至3月9日收盘,又再度创下历史新高,终盘报收369.90元,公司总市值也增加至4660.74亿元。

与之相应的是,众多茅台经销商均表示库存较低,有的甚至出现供不应求的局面。有媒体报道称,茅台集团总经理李保芳在郑州召开的河南及周边省区茅台经销商座谈会上也提到,目前已销售茅台酒6500余吨,占全年计划30%以上。

点评:去年春节期间,飞天茅台终端价格每瓶曾逼近1300元,与淡季价格相比,涨价幅度高达近四成。在此引领下,五粮液、国窖1573与洋河股份的蓝色经典也加入了涨价行列。

经过几年的自身调整,目前的白酒价格更多是供求平衡的产物。高端酒一批价的上涨反映了下游需求的旺盛。在此前的量价齐跌之后,大众、商务消费承接了三公消费需求。而且,随着消费升级,老百姓消费能力的提升也刺激了高端白酒的需求。

但同样要看到的是,整体来说,白酒行业内分化巨大。在高端白酒强势复苏的背景下,中低端酒和地产酒仍处于低谷,这部分白酒市场应如何走出困境,目前仍然是个难题。

波音舟山工厂预计2018年底交付首架飞机

事件:日前举行的浙江舟山群岛新区航空产业对接会上传出消息,浙江舟山波音737完工和交付中心将于3月底正式开工建设,预计2018年底交付首架飞机,年交付量达100架。

据了解,完工中心将开展波音737飞机机上娱乐系统、座椅等内饰安装,涂装以及飞机维修、维护服务等工作;而在该工厂完工的波音737飞机,将通过交付中心交付给波音中国客户。

点评:于去年12月落户舟山的波音工厂是波音在海外设立的首家工厂。根据波音公司的公开材料显示,波音737约有600万个零部件,而由飞机制造业带来的相关产业的年产值可达到千亿级别。因此,此前有多地都曾参与到波音海外工厂的竞争当中。

与此同时,近年来,波音公司在中国民航市场所占份额已接近50%。预测数据显示,未来20年,中国将需要6810架新飞机。这或许也是该公司最终选择中国市场的重要原因。

作为一项互惠互利的工程,完工和交付中心的开建意味着波音舟山工厂迈出了实质性的一步。未来,这座工厂将极有可能带动舟山航空产业园的建设,打造航空产业集群,引进更多的高科技项目,发挥出多极辐射效应。

便携运动摄像机市场竞争激烈

事件:美国便携运动摄像机生产商GoPro股价7日再创历史新高,自2014年10月触及高点以来累计跌幅已经超过90%。除了GoPro,可穿戴市场上的其他细分市场龙头也都感受到竞争加剧的冲击。主要生产智能手环的可穿戴设备制造商Fitbit股价今年以来下跌近20%,自2015年8月触及历史高点迄今累计跌幅达到85%。

点评:近年来,便携式运动相机的使用越来越普遍。作为便携式运动相机市场的开山鼻祖,GoPro曾牢牢占据霸主地位,市场份额一度高达94%。但随着运动相机市场这块“大蛋糕”的吸引力逐步上升,越来越多的竞争对手相继崛起,除了宝丽来等传统相机公司外,索尼、HTC、小米也都进军这块市场。相较于竞争对手推出的功能类似但价格更低廉的产品,GoPro此前确立的先发优势已不是那么明显。

Fitbit的遭遇也与GoPro类似。随着小米、苹果等公司的智能手环销售量不断上升,去年四季度Fitbit市场份额从前一年同期的29%大幅下降至19.2%。

可以预见,随着VR、无人机等智能设备的成熟,可穿戴智能市场的竞争将会进一步加大。到时,企业产品质量和对消费者需求的精准把握对企业而言至关重要。

(本报记者 罗晓晓)

中国质量诚信产品和服务质量明察暗访情况发布

本报讯 3月12日,中国质量万里行促进会在京发布了2016年中国质量诚信产品和服务质量明察暗访通报。

据介绍,根据国家质检总局关于加强严重质量失信企业管理指导意见的要求,该会于2016年1月至12月对19省(市)有关企业(单位)的产品和服务质量诚信承诺进行了问卷发放和明察暗访活动,累计调查企业1908家,涉及行业26个,品牌316个,合格品牌276个,占调查总数的88%。

调查结果显示,以下10大行业产品和服务质量诚信承诺问题较为突出。手机行业,个别手机加价严重,产销不能满足消费者,维修价格昂贵;保险行业,保险人员素质参差不齐,流动性较大,保险霸王条款严重,条例赔偿咬文嚼字;家电行业,家电市场产品质量、售后服务问题突出,网店和实体店标价不一致,山寨维修点仍有出现;告知“免费安装”,实则上门收费;汽配业,汽车配件市场产品质量良莠不齐,有近半数的厂家使用假冒伪劣配件冒充零配件,质量无法获得保证;眼镜行业,品质良莠不齐,价格高低各异;家装业,家装企业价格战导致以次充好、以假充真等问题突出,消费者权益难保障;化妆品行业,化妆品行业从业人员素质偏低,化妆品产品质量参差不齐,以次充好,部分企业缺乏诚信经营原则;房地产业,工程制度不达标,合同存在霸王条款;旅游业,合同欺诈,特价团存在强制消费情况;健身行业,行业门槛低,标准和管理不规范,服务水平参差不齐,缺乏诚信。(红宏)

到2020年,贺兰山东麓产区的葡萄酒年产量将达2亿瓶以上,但如果潜在的销售市场无法得到有效开拓,各个酒庄无疑将面临巨大的库存压力。

好酒酿出来,还要卖出去

本报记者 马学礼

春耕时节的银川,万物复苏。

在贺兰山脚下的国道边外,随处可见一座座风格迥异的酒庄和它们身后大片的葡萄园。在葡萄园内,葡农们正忙着用铁锹破土,将葡萄挖出来扶上藤架。

“发展速度超出想象!”一位正在葡萄园劳作的种植师对记者深有感触地说。短短数年间,宁夏贺兰山东麓已经发展成为中国最大的优质葡萄酒种植加工基地,并且频频出现在中国和世界葡萄酒行业的视野中,而当地探索的“小酒庄、大产区”的运营模式更是让产区内每个酒庄都具备了专属于自己的不可复制性,其中运营经验已经被国内外多个葡萄酒产地借鉴推广,并被行业内称之为难得的“紫色传奇”。这其中的秘诀在哪里?

好葡萄酒是“种”出来的

好葡萄酒是“种”出来的——这在行业内可谓至理名言。

一般认为,作为葡萄酒原材料的酿酒葡萄的品种、质量从根本上决定着葡萄酒的品质和价值,而产地的风土条件又决定着酿酒葡萄的质量优劣。

早在1986年,曾获得法国波尔多第二大学葡萄酒学院葡萄与葡萄酒博士学位的中国葡萄酒首席专家李华回到中国,抱着研制出与国外葡萄酒相媲美的中国葡萄酒的愿望走遍了山东、新疆、陕西等国内主要的葡萄与葡萄酒产区,最终将目光锁定在了贺兰山东麓。“如此得天独厚的生态条件,在我国尚不多见,即使是世界著名葡萄与葡萄酒产区法国的波尔多相比也毫不逊色。”

据了解,贺兰山为石质山地,土地贫瘠,再倔强的植物生命也很难在这里存活。“天上没飞鸟,地下不长草,十里无人烟,风吹沙粒跑”则是当地人常说的一句顺口溜,但正是这种自然条件为种植优质酿酒葡萄提供了绝佳的土壤环境。

“小酒庄、大产区”

如何将得天独厚的自然条件优势转化为产业发展的胜势,这是当地政府和企业一直在思考的问题。

鉴于宁夏地处内陆、经济欠发达等事实,“小酒庄、大产区”的发展模式渐渐成为各方共识——酒庄是传统的葡萄栽培、酿造、销售的场所,要有与之相适应的葡萄园、酿酒师和酿造设备。规模不宜太大,大了就流于粗疏,也就少了多样性。

曾经担任宁夏贺兰山东麓葡萄产业园区管委会办公室主任的李学明介绍,宁夏建立葡萄酒小酒庄就是要追求风土的个性化和多样化,不同的酒庄具备不同的葡萄园,可以让更多有着不同爱好的人群品味到不同风格的葡萄酒。而建立大产区则可以为这些各具特色的葡萄酒提供品质保证,在消费者心目中建立起信得过的品牌形象。

在过去的6年时间里,当地先后出台了《宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区保护条例》等一系列法规政策,为产区发展提供了配套的政策支撑和法律保障。特别是《贺兰山东麓列级酒庄管理办法》的实施,使贺兰山东麓成为中国第一个、也是唯一一个实行酒庄列级管理的产区,为了规范葡萄酒行业管理,宁夏成立了全国唯一的省级葡萄酒行业社会团体——宁夏贺兰山东麓葡萄与葡萄酒国际联合会,并出台了扶持葡萄产业发展政策意见,鼓励支持国内外知名企业家参与开发,并从产区保护、资金投入、科技支撑、人才培养等方面进行规范和指引。

最终,当地从一片乱石戈壁滩变身成为世界上少有的几个能生产高端葡萄酒的产区之一,“小酒庄、大产区”的发展思路也令宁夏贺兰山东麓成为中国乃至世界葡萄酒行业的焦点。在2016年世界最具权威的四大葡萄酒大赛之一的布鲁塞尔国际葡萄酒大赛上,中国共有36款葡萄酒获奖,宁夏贺兰山东麓产区16款葡萄酒榜上有名,其中金奖6个……



东方IC 供图

大的库存压力。

“我们目前发展的最大问题在于品牌建设。”贺兰山东麓葡萄产业发展局负责人表示。最近几年,为了提升贺兰山东麓葡萄酒的品牌影响力,当地已经搭建了多方展示平台,利用各种销售渠道,着力为企业销售搭台铺路,不仅采取各种途径宣传推广宁夏葡萄酒,还鼓励相关企业在一二三线城市建立宁夏葡萄酒展示展销的推广平台和酒庄直销专卖店,以此加强宁夏产区整体品牌和葡萄酒的推介宣传。

2017年,宁夏葡萄产业发展主题确定为“品牌建设年”。有关人士介绍,宁夏葡萄酒产业将坚持酒庄发展模式,打造世界优质葡萄酒产区,着力在规模效益、品牌建设、市场拓展、产区监管上下功夫,不断完善葡萄酒产业体系、生产体系和经营体系,形成一二三产全面融合发展新格局,走出一条更加符合宁夏实际的葡萄产业可持续发展之路。

头分食了市场份额的近七成,其他游戏企业则抢分了剩下的30%的市场,面临巨大的竞争压力,国内的中小游企或将面临一轮死亡潮。

也有分析认为,当前游戏市场已经进入寡头化,以腾讯、网易等游戏巨头形成主流格局逐渐确立,这给中小游戏研发商带来更大压力,研发商黑马突围的几率或将进一步降低。

徐志高表示,手游行业未来的发展一定是充分合作的,产品研发与发行各自发挥优势,一起把整个蛋糕做起来,并不会直接形成竞争。在未来一到两年里,三七互娱的发行品类重心依然会坚持走页游化思路,坚持“产品+流量”的产品发行模式,而不会把发行的主力放在轻度游戏、弱联网游戏等不符合流量变现核心要素的品类上。

手游市场强势增长,页游版块则略显颓势。

数据显示,2016年中国网页游戏市场营收规模为187.1亿元,同比增长-14.8%,是国内页游史上第一次出现负增长,造成市场规模负增长的原因则是页游精品数量下降,并且研发周期越来越长。

尽管如此,三七互娱高级副总裁罗旭坦言,2016年是页游产品的小年,虽说页游的人口红利早已消失,但它的潜力仍在,用户还在。面对挑战,页游产业链的上下游应该发挥各自的优势,抱团取暖。

据了解,三七互娱旗下37游戏平台在页游领域的市场份额一直处于行业领先地位,拥有5.8亿用户。作为行业的领跑平台,三七互娱将团结上游CP与下游渠道,化传统合作模式下的买卖关系为深层战略合作关系,以此稳住页游行业的变现能力。

福建最大光伏发电站运营良好

本报讯 (记者吴铎思 通讯员王山林 陈天渝)“我们大概7年左右就可以收回成本,达到环境效益和经济效益的双丰收。”3月9日,福建新福兴玻璃有限公司董事长助理陈小华在接受记者采访时说。

太阳能光伏发电是未来最优质的绿色能源之一。而福建新福兴玻璃有限公司是一家现代化综合性企业,新福兴光伏发电项目于2016年1月份筹建,当年7月正式并网发电。截至今年3月7日,该光伏项目累计发电已达200万千瓦时,目前项目运营情况良好。

记者在福清元洪投资区新福兴玻璃有限公司厂房的楼顶看到,1万多块太阳能电池板整齐排列,2.5万平方米光伏发电站犹如一片深蓝的海洋,不断为生态城市建设提供清洁能源。作为福州地区第一家高压并网的光伏发电项目,新福兴光伏发电的投产填补了福州地区光伏发电的空白,对合理利用清洁能源、发展多元化发电方式具有里程碑的意义。

武汉建立投贷联动监测评估体系

据新华社电(记者沈翀)记者日前从湖北银监局了解到,作为投贷联动试点区,今年银行监管部门将在武汉建立投贷联动监测评估体系,研究创投子公司监管标准,使投贷联动尽快落地生效。

自去年武汉东湖国家自主创新示范区被确定为国家“投贷联动”首批试点地区后,国开行、中国银行、汉口银行等试点银行机构均已向示范区内科技企业发放投贷联动贷款。

湖北银监局介绍,为继续推动试点方案落地,今年监管部门将引导试点银行机构整合资源产品,探索先投后贷、先贷后投、即投即贷、可转换贷款等多种模式。

据了解,此前武汉市已出台支持试点银行开展投贷联动业务的实施意见,提出将逐步设立总规模不低于100亿元的投贷联动信贷风险专项补偿基金,对试点银行开展投贷联动业务进行风险补偿。

在整个游戏市场中,腾讯、网易两巨头分食了市场份额的近七成

游戏企业“抢食”白热化 聚焦自身竞争力是关键

本报记者 王群

一段时间以来,伴随着多部网络小说不断被改编为热门影视、手游等作品,已经持续多时的IP(知识产权,即知识产权)开发热潮仍显现出继续高涨之势。

从目前来看,在泛娱乐领域,IP的变现过程是一个文化产业链贯通的过程。

于佳宁认为,以IP为核心定制研发的游戏,由于其有丰富的IP素材内容支撑,产品研发成功率较高,也减短了游戏开发周期,提高了上线成功率。而由于IP自带广泛粉丝受众,在运营阶段让产品的推广难度降低。

另一方面,网络游戏已成为优质的IP提供方。基于网络游戏改编的文学、影视作品备受欢迎,影视和游戏的融合发展成为泛娱乐产业互联融合的经典模式,同时为这两个成熟市场注入新的活力。

事实也证明,2016年已经成为影游互动产品大爆发的一年。数据显示,2016年,基于影视开发的移动游戏市场实际销售收入89.2亿元,占总移动游戏市场实际销售收入的10.9%,且产品数量明显增多,预计超过数十款,其中有多款最高月流水

破亿。

手游强势崛起 页游潜力仍在

从目前来看,中国游戏产业各个细分市场发展态势逐渐明朗,客户端游戏与网页游戏市场份额则出现下降,移动游戏市场呈爆发式增长。数据显示,2016年移动游戏市场销售收入为819.2亿元,市场份额接近游戏市场的一半,占比首次超过客户端游戏市场,成为份额最大、增速最快的细分市场。而在2014年,移动游戏市场的份额首次超过网页游戏,达到24.9%。

在“端游让位于手游”的大背景下,“得手游者得天下”已成为与会人士的共识。

“在未来很长一段时间里,研发、发行、渠道三方的角色关系是不可打破的,聚焦自己的竞争力才是关键。”作为大会主办方的游戏企业三七互娱的手游负责人徐志高在演讲中指出,手游产业链中的三方应该在自己的角色领域内坚持深耕细作,才能抢占除去腾讯、网易以外的移动游戏市场份额。

相关数据显示,当下,游戏企业之间的“抢食”日趋白热化,在整个游戏市场中,腾讯、网易两巨

理发市场极简模式受青睐



日前,曾风靡台湾的快时尚极简理发模式登陆天津市滨海新区,受到众多市民青睐。这些理发店主打“10元钱10分钟理发”服务,让消费者不洗不染也不办卡,店内只有理发师和工具箱,提倡便捷与环保。创业者更是看准了这片蕴含潜力的沃土,深耕布局。

视觉中国 供图