

“互联网+”重塑白酒流通领域

酒类连锁企业加快扩张

□本报记者 王锦

行业的深度调整,对白酒流通领域带来重大影响,传统的层层分销模式难以为继,酒类连锁零售业态迅速崛起。业内人士表示,线上线下大融合成为趋势,企业既要用互联网思维改造传统营销模式,也需要线下的优势来整合线上的产品。

酒类连锁崛起

“未来几年,酒类经销商将向连锁化、品牌化方向发展。”茅台销售公司总经理王崇林在糖酒会期间的贵州茅台经销商沟通会上指出。

行业专家吕咸逸也认为,酒行业的深度调整对于商家的影响比厂家更大,流通渠道的转型趋势在近两年已经出现,未来将继续强化。

事实上,在酒行业景气期,渠道利润丰厚,团购模式在整个经销商体系中占比较高。而伴随着近三年以来酒行业的调整以及互联网的迅速发展,酒类流通渠道的利润大幅下降,以往以团购为主的模式正在逐渐改变,传统的层层分销模式也难以继,从而带来了流通渠道的变化和酒类连锁零售业态的崛起。

本届成都糖酒会,不少酒类流通企业高调亮相,备受业界关注。除了华致酒行、1919酒类直供等熟悉面孔之外,华龙酒业控股有限公司、河南酒便利商业连锁管理有限公司等也首次亮相糖酒会。

在行业调整期,随着互联网的快速发展,连锁、零售的酒类流通商们表现出了比传统酒类经销商们更好的抗跌性,其直接面向大众消费者的渠道优势亦令其业绩脱颖而出。华致酒行去年销量增长30%;1919酒



新华社图片

类直供的营业额从2012年的1.74亿元迅速增长至2014年的6.11亿元;酒便利销售额从2010年的470万元增长至2013年的近1亿元,至2014年已经突破2亿元。

业绩的快速增长也促使酒类连锁加快扩张速度,2015年也被认为是酒类连锁品牌施展拳脚抢占市场的关键年。1919酒类直供董事长杨陵江表示,今年计划新增至少500家实体店,将覆盖全国36个省会城市,预计将实现销售额30亿元。此前深耕河南市场的酒便利也斥巨资进军北京市场,欲在今年5月底之前在北京建设60-80家直营店。东北区域的华龙酒业董事长翟山也提出了华龙酒业的扩张计划,未来三年重点扩张华北、

东北市场,5年内零售额过百亿,打造中国酒类连锁第一品牌。

业内人士赵禹指出,未来整个酒类产业的发展要大大依托酒类零售业的变化,尤其在新的电商趋势的影响和带动下,零售业态的变化将会非常快。

酒企投身“互联网+”

伴随着酒行业的调整,“互联网+”也迅速席卷整个酒类行业,无论是酒企还是流通领域的酒商均无法回避“互联网+”浪潮带来的影响。

中国酒业协会副秘书长何勇表示,目前酒业和互联网结合度并不高,去年酒类互联

工业4.0带动业务转型

电梯类企业蜂拥试水机器人产业

□本报记者 傅嘉 常仙鹤

机器人产业作为工业4.0的底层基础,已受到了业内企业的普遍重视。由于业务相近,A股电梯企业转型机器人的案例屡见不鲜。分析人士认为,由于业务和机器人关联度较高,电梯企业向机器人转型具有先天优势,今年电梯类公司通过资本运作注入机器人资产将是并购重组领域的重要看点之一。但实现工业4.0并非简单的智能化生产,更重要的是搭建工业4.0平台,实现上下游企业的系统化运作。

试水机器人领域

新时达日前公告,拟支付现金6229.15万元受让上海晓奥享荣汽车工业装备有限公司32.7850%股权,同时以现金方式增资7062.96万元,交易完成后合计持有晓奥享荣51%股权。上海晓奥享荣汽车工业装备有限公司原系由日本国晓奥总公司出资设立的外商独资企业。公司聚焦于为汽车工业提供柔性机器人生产线的研发、设计、制造和安装调试,客户主要为各大车企。

事实上,上海机电、康力电梯、博林特等电梯公司已纷纷进入到机器人领域。上海机电在2013年就布局机器人领域,公司注入股纳博传动,形成“核心零部件+工业机器人

+服务机器人”三驾马车驱动的业务架构;康力电梯则在今年年初增资参股紫光优蓝40%股权,进入服务机器人,紫光优蓝主营幼教、商业导览导购服务机器人,聚焦于智能家居、教育装备、家庭健康三个领域;博林特今年3月16日公告拟以自有资金出资1亿元,设立全资子公司沈阳博林特智能高科机器人有限公司,主营工业机器人业务。

分析人士指出,机器人的核心在于核心零部件和工业自动化控制,电梯制造业本身就属于高端装备制造,转型机器人领域不仅满足自身需求,还可以利用自身的优势技术基础实现产业化。据最新统计数据,2012年中国工业机器人销量达到26902台,同比增长19.2%,2013年中国工业机器人销量超越日本成为全球第一大机器人市场。预计2015年,中国机器人市场需求总量将达35000台,市场潜力巨大。

“目前在机器人领域,我国本土市场多被国际巨头所垄断,本土的工业机器人市场份额太小,而系统集成业务是国内工业机器人产业链最赚钱的环节。短期而言,有系统集成基础的企业或已经与外资合作的企业转型成功机会大一些。”一位投行人士表示。

重塑产业链条

对于传统制造企业借助工业4.0实现产

业升级,高工机器人产业研究所陈超鹏表示,“制造业企业往工业4.0拓展,不是简单的智能化,很重要的前提是要能接受开放、实现信息的互联共享,尤其是打通向消费者的信息流。从这点上来说,一般的代工企业不大可能做得到。而有工业基础和品牌基础的大企业,能快速整合供应链资源,利用大数据或互联网重塑企业产品设计、生产、营销、物流、售后整个价值链。”

国海证券认为,工业4.0通过网络技术,对生产制造实现实时管理,与工业3.0的流水线大批量生产不同,“工业4.0”流水线可实现小批量、多批次生产,可以灵活为消费者度身定做个性化定制商品,对企业的柔性化生产提出了更高要求。

作为国内领先的电梯生产企业,广日股份也在探索未来工业4.0产业化的可能。中国证券报记者走访广日股份电梯生产车间时发现,包括钣金加工、焊接、车间物流等各个环节对机器人的应用已十分普遍。机器人利用率的提高正在改变着广日的生产方式和效果,最显著的表现是生产效率的大幅度提升,原来人工焊接某一个电梯部件要1分钟,现在用焊接机器人替代人工焊接后只需8秒。同时,一个机器人可以代替8个工人的工作量,成本优势尽显。

胜利股份拟定增募资11.5亿元

需流动资金及偿还银行贷款。

预案显示,本次定增已锁定参与对象,其中大股东胜利投资以现金1亿元参与认购,缴数月前以1亿元认购公司股份后再次以现金助力公司转型,体现了大股东对公司转型的支持。参与此次定增的其他投资者还包括阳光人寿保险股份有限公司、平安大华基金管理有限公司、平安资产管理有限责任

公司、深圳市华实德投资企业(有限合伙)、北京凯世富乐资产管理有限公司。据了解,上述投资者或为拥有油气资源的战略投资者,或为财务投资者,将有利于公司加快产业转型升级步伐。

胜利股份近年来一直进行产业的加减法运作,陆续退出传统产业,集中资金资源发展天然气产业,在新产业发展上采用自建

□本报记者 康书伟

胜利股份3月26日晚间披露了非公开发行事项进展。根据公告,公司拟向特定对象非公开发行股票约18760.2万股,募集资金金额不超过11.5亿元,发行价格为6.13元/股,股份锁定36个月。本次募集资金扣除发行费用后全部用于补充公司向天然气业务战略转型所

□本报记者 李香才

中国证券报记者从消息人士处了解到,“一带一路”重点推进项目清单中有多个项目涉及新疆农业,包括中塔农业示范园区、中哈农业示范园区、中土农业示范园区建设等。业内人士指出,农业是中亚五国的传统主导产业,新疆与中亚各国进行农业方面的合作潜力非常大。随着项目推进,新疆农业相关公司新农开发、新中基、西部牧业、天山纺织等有望受益。

合作已有基础

为解决对外经济技术合作难题,兵团此前多次赴商务部,要求对兵团建工集团、北新国际、石河子大学等单位“走出去”给予政

策、信息、资金扶持,同时推动兵团国资公司龙腾天域哈萨克斯坦花卉培育及境外营销网点、兵团勘测设计院塔吉克斯坦棉花扩种等一批境外项目落地建设。

新疆农业走出去已经有了扎实的基础,新疆与周边国家在农业方面也已经在开展密切的合作。新疆农垦科学院在吉尔吉斯斯坦设立了“兵团现代农业技术展示中心”,建设了种子繁育基地。兵团企业在哈萨克斯坦阿克莫拉州、吉尔吉斯斯坦楚河州、塔吉克斯坦喀特隆州也已有投资。

中国证券报记者从有关渠道了解到,目前兵团在中亚的农业示范区,主要定位于输出先进农业资源和技术,将中亚作为新疆优势农业资源产业链延伸的重要环节。根据这个定位,新农开发作为兵团种子繁育龙头、

新中基作为兵团番茄酱生产龙头属于兵团农业走出去阵营的核心。此外,新疆农牧业企业如西部牧业和天山纺织等都将有不同程度受益。

“一带一路”重要支点

事实上,新疆经济工作会议及兵团发改委年度工作会议上均已明确将兵团农业走出去作为新疆和新疆生产建设兵团承接“一带一路”国家战略的重要支撑点之一。

新疆明确提出,加快农业走出去步伐,积极推进与境外农业合作发展,探索建立多层次农业合作机制和平台,加快农业对外合作步伐。创新农业生产经营运作模式,鼓励和支持团场职工、家庭农场、农工合作组织、股份公司等各类经营主体参与农业开发经营。据

网销售额仅占中国酒类产品销售额的1.04%,但增长速度非常惊人,2012年-2014年酒类电商销售年均复合增长率超过100%,已成为行业无法忽视的趋势。

2014年8月份,行业一哥贵州茅台出资2500万元与控股股东茅台集团等共同设立贵州茅台集团电子商务股份有限公司。茅台相关人士表示,将电商公司独立出来就是希望加快茅台电商发展,构建起企业、产品、经销商、消费者之间的大数据库,以便更好的服务市场。其他酒企如洋河、汾酒、古井贡酒等也在以推O2O平台等形式投身“互联网+”的浪潮。

宋河酒业总裁王祎杨表示,在互联网趋势下,未来成功属于具备传统企业的经验,同时具备网络优势及互联网思维的企业。“移动互联网时代,需要线上线下的大融合,用线下的优势来整合线上的产品,也要用互联网改造传统营销模式,再改造经销商。”

除了酒企之外,互联网给流通领域带来的改变更大。1919酒类直供自线下起扩展至线上,中酒网自线上扩展至线下实体店,华龙酒业也推出电商+店商的“Along酒直达”的全新O2M模式。酒便利董事长王雪介绍,2010年酒便利线上购买仅占10%,但2014年则达到了52%。并没有刻意选择O2O模式,而是基于消费者的需求和市场的推动,未来对于终端店铺的定位为70%为配送点、30%为门店、3%为体验店。

盛初咨询董事长王朝成表示,对于酒业互联网的O2O模式会不会是未来现在仍不清楚,但对于酒业来讲,O2O比纯电商更为有效。王崇林也认为,互联网对于酒业的影响并不单纯是网站卖产品,而是会更加注重消费者的消费需求和消费体验,是对传统营销模式的改变。

据广日股份相关负责人介绍,经过多年的推进,广日股份信息化平台覆盖率已超过95%,已经初步实现了自动化设备之间、生产线之间、车间之间以及业务流程不同环节之间的互联。以电梯生产主流程为例,从营销到技术、制造、质管各个环节,通过销售互动平台、CRM、LDS、EDS、PLM、ERP等系统的有机串联,实现数据信息、指令的共享和传递。结合车间内随处可见的MES可视化操作终端,实时对流程进度、生产进度、生产计划进行监控、反馈和调整,极大地提高了生产及业务流程的效率和准确性。

“工业4.0是中国制造提升的必然路径,未来公司将利用在装备制造领域积累的资源和能力,尝试打造出可以复制的数字化工厂和智能制造的模式。”广日股份上述企业负责人表示,目前公司在系统集成方面已经具备了较为成熟的经验,未来将整合内部和外部的资源,打通软硬件系统,形成可以广泛的应用到工业制造领域的系统集成解决方案,满足制造升级过程中个性化的应用需求。

广日股份3月26日晚间发布年报,公司去年实现营业收入45.42亿元,同比增长11.33%;归属于上市公司股东扣非后的净利润6.65亿元,同比增长21.28%。

项目和对外收购相结合的方式。公司表示,天然气业务发展迅速,未来需要补充与天然气业务发展相适应的流动资金,以满足天然气产业发展的资金投入需求。本次非公开发行将为实现公司持续发展提供必需的资金保障,提升公司的产业规模和业绩水平,建立天然气业务的先发优势,实现公司的战略发展目标。

了解,目前新疆已经成立兵团农业走出去协调工作小组。同时,支持农业和纺织业走出去的顶层设计方案已经开始草拟。

中国证券报记者从新疆兵团商务局了解到,新疆兵团将加强顶层设计,统筹规划“走出去”总体方案,出台《兵团农业“走出去”项目暂行管理办法》和《兵团“十三五”农业“走出去”发展规划》,加快推动“中新建集团国际农业合作公司”的组建,推动设立海外投资基金。

在推进国际经济合作过程中,新疆兵团还将以农业“走出去”为重点,稳步开展对外投资合作,推进新疆兵团企业对哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦三国农业投资项目实施,争取国家资金和配套政策支持,为新疆兵团农业“走出去”创造良好条件;并引导鼓励支持民营企业在周边国家开展投资合作。

蒙牛乳业去年净利增四成

蒙牛乳业 (02319.HK)3月26日披露2014年年报,去年营业收入达到500.5亿元,同比增长15.4%;净利润23.5亿元,同比增长44.1%。

高端乳制品成为拉动其业绩增长的主力军。年报显示,蒙牛旗下的明星品牌特仑苏、冠益乳、优益C、纯甄等增长势头强劲。尼尔森的最新数据显示,蒙牛液体奶的市场份额继续位居市场第一。由于并购雅士利等因素,奶粉产品收入从2013年21.77亿元增长至2014年39.61亿元,增幅近82%。

同时,成本的持续下行也为其利润增长释放空间。年报显示,国内原奶供应增加使原奶价格由年初的高位下调,原奶成本的增幅低于蒙牛预期,而产成品在不同时段有提价,毛利率得到提升,2014年毛利率同比上升3.8%至30.8%。如果剔除雅士利,则毛利率为29.6%,同比上升3.5%。

奶源方面,蒙牛规模化奶源的占比已经达到96%。蒙牛乳业总裁孙伊萍表示,未来将继续夯实基础,提升品牌,持续深化与全球战略伙伴的合作。乳业专家宋亮预计,由于高端乳品品类的增长继续,加上植物蛋白饮料等新品的拉动以及原奶价格的继续低位,2015年蒙牛整体销售业绩仍将保持10%左右增长。(王锦)

杰瑞股份拟入股Plexus 布局海洋油气设备开发

杰瑞股份3月26日晚间公告,公司与Plexus Holdings plc.签署了协议,拟认购Plexus股份。Plexus是全球水下设备研发领域的优秀公司。

根据协议,认购完成之后,杰瑞股份拥有Plexus发行新股后总股份数量的5%。在上述认购完成后12个月内,杰瑞股份和(或)杰瑞股份关联方有权选择认购Plexus另行发行的股份以确保其股权提高到本次发行完成后Plexus总股数的10%。基于杰瑞股份认购Plexus的5%股份,杰瑞股份有权在Plexus董事会中委派至少1名董事。Plexus同意许可或授权杰瑞股份使用Plexus的商标、专利、技术、专有技术、工艺、标准、其他知识产权和技术服务。

杰瑞股份称,海洋是油气开采的重点区域,海洋油气勘探开发对水下设备的市场需求大。而海洋油气开发设备中的水下设备对产品可靠性、安全性、稳定性有着极高的要求。Plexus是全球水下设备研发领域的优秀公司,其研发的独特技术具有诸多优点。本次与Plexus的战略合作,将Plexus的技术优势与杰瑞股份的制造能力和市场开拓能力相结合,将为双方共同进军海洋油气开发水下设备奠定基础。(李香才)

安凯客车 发力新能源汽车业务

3月26日,在安凯客车美丽中国行第三季启动仪式上,公司发布了4款新能源产品,并重点推介了公司新能源“e控”系统。安凯客车表示,2015年,力争实现客车销量11000台,实现销售收入54亿元。

新能源市场已成为客车企业新的业务增长点。根据交通运输部出台的规划,至2020年,新能源汽车在交通运输行业的应用初具规模,在城市公交、出租汽车和城市物流配送等领域的总量达到30万辆。

据安凯客车介绍,“e控”系统将信息技术和新能源汽车技术进行有机融合,创造了多样性的智能管理系统。目前该系统已应用于安凯第五代纯电动客车。公司已经建成了年产6000辆的新能源客车生产线。2015年,公司将重点推出A6和A8两款全新车型。这两款車型定位于中长途公路客运及旅游客运市场。

2014年,安凯客车实现销售收入48.35亿元,同比增长36.63%;归属于母公司所有者的净利润为2354万元,同比增长167.78%。2014年共销售各类客车10454辆,同比上升0.05%,销量位居行业同类客车第六位。(余安然)

世联行力推互联网服务

3月26日,世联行展示了最新推出的移动互联网服务平台,其中世联集房、世联集客以及世联集金等APP已经上线,分别针对购房者、机构和投资者推出移动互联网服务。

2014年,世联行实现营收33.08亿元,较去年同期增29.07%;归属上市公司股东的净利润为3.94亿元,同比增23.9%;净资产收益率21.13%,上升1个百分点。公司称,未来将加大对移动互联网的投入,完善O2M平台,深化C端用户服务,积极探索金融、养老、海外置业等创新服务。

自推出“祥云战略”以来,世联行创新业务取得突破性进展。2014年,公司金融服务实现营收2.69亿元,同比增286%,其中家圆云贷放贷达19.7亿元,成为爆款单品。资管服务实现营收3.07亿元,同比增132%;新增签约项目26个,落地16个城市,实际在管全委托项目60个。

据统计,2014年世联行金融、资管和电商等创新服务已占营收19.49%,同比上升11.61%;毛利贡献度从8.27%上升至24.55%,其中,金融服务贡献度从4.82%升至18.31%。

2015年,世联行将以“世联集”互联网服务平台及系列服务工具为购房者提供置业、安家、理财一键解决方案。目前,除世联集房、世联集客及世联集金等App已正式上线外,世联集金P2P平台网页版已发布。(徐学成)

中科金财加码互联网金融

中科金财3月26日晚间公告,公司近日与华夏幸福、华夏幸福基金控股股份公司、廊坊银行签署协议,各方拟在互联网金融产业园开发、互联网金融产业园区建设、互联网银行、产业链融资、供应链融资、产业园区企业相关金融电子商务服务等领域开展多种合作,共同探索和推进“互联网+产业+金融”的深层次发展和新合作项目。

根据协议,结合中科金财互联网金融与华夏幸福产业新城运营方面的经验,协议各方将共同探讨推动在华夏幸福委托园区内联合打造互联网金融产业园,推动互联网金融产业发展;积极探索通过互联网与传统产业的结合,带动相关产业升级。各方将在资产证券化、产业链融资、供应链融资、融资租赁、保理、征信等互联网金融综合服务领域的合作,合作打造P2B、众筹等多种互联网金融平台。(李香才)