

“互联网”成糖酒会高频词 酒类电商谋建“生态圈”

□本报记者 戴小河

在今春的成都糖酒会上,给人留下印象的新产品并不多,而各种商业平台、互联网模式却成为“主角”。随着移动互联网时代的到来,B2B、O2O等新的商业运营模式不断涌现。经过与酒业实际情况的不断磨合“进化”,这些模式在酒类电商领域的业态逐渐成形。

构建互联网生态圈

在今年的糖酒会上,“互联网生态圈”成为高频词汇。事实上,互联网生态圈正在影响着酒业竞争的格局以及发展趋势。

通过互联网生态圈,可以减少企业的沟通成本和时间成本,并通过整体解决方案帮助企业实现转型升级和产业结构调整。

“传统的酒行业中,酒企、经销商、消费者之间有着层层隔阂,各方利益难以避免地存在冲突。博弈过程中产生大量内耗,使得各自利益都在不同程度上受到损害。”酒仙网董事长郝鸿峰对中国证券报记者表示,有能力的企业将依靠着平台支撑和产业链不断延伸,连接起价值链的各个支点,构建起自身的“生态圈”。生态型企业能把酒企、流通渠道、消费者进行有机整合,通过B2C、B2B、O2O等多种电商模式打造互动更强、效率更高、信息更透明的行业环境,从而形成完善的互联网酒业生态圈。

打造生态圈需要极强的资源整合能力。以酒仙网为例,通过多年的积累、沉淀和优化,酒



IC图片

仙网形成了线上零售B2C(酒仙网)、线上特卖B2B(酒仙团)、即时服务O2O(酒快到)以及品牌运营综合服务四大业务板块。

五粮液在2015年针对电商渠道实施了多项举措,包括优选电商渠道代理平台,建立五粮液初级阶段的电商渠道运营体系,同时创建互联网专属产品设计研发中心及专属产品运营推广体系,并加强电商团队的专业建设,充分利用电商的宣传和推广优势,整合线上线下资源,提升五粮液的品牌影响力。

五粮液集团董事长唐桥表示,应该以互联网思维促进商业模式的创新,更加突出消费者

在企业经营结构中的地位。互联网时代是消费者的主权时代,对厂家而言,生产组织形式将从“产供销一体化”转变为“产供消一体化”,相应的销售模式及品牌传播形式必须适应新的消费习惯。对于经销商企业同样如此,其渠道模式、终端拓展模式、服务模式甚至盈利模式都要相应改变,以适应当前的消费形式。

流通业的黄金十年

“过去十年是厂家的黄金十年,未来则是流通业的黄金十年,酒类行业的市场空间很大,流通企业应该成为酒业未来发展变革的主

要力量,利用互联网打破传统的代理商模式。”中国酒类流通协会秘书长刘员告诉中国证券报记者,未来酒类电商渠道将逐步成为主流,市场份额将越来越高,传统渠道所占份额将逐步下降。

根据中国互联网络信息中心发布的《2015年中国网络购物市场研究报告》,2015年中国网络购物用户规模达到3.61亿,同比增长19.7%;网民使用网络购物的比例从48.9%提升到55.7%。网络零售交易额为2.79万亿元,同比增长49.7%,相当于同期社会消费品零售总额(26.2万亿元)的10.6%。当年酒类电商收入110亿元,占整个酒行业销售收入比例仅1.3%。而酒类电商规模从2010年的6.8亿元增长至2015年的110亿元,增幅达16倍。

刘员认为,电商使零售渠道实现扁平化,减少了利润分散,使价格更具优势。传统线下的商品供应链要经过至少3-4个环节才能到达消费者手中,由于供应链过长,导致零售价过高,而电商渠道因为扁平化,减少了利润分散,销售具有更强的价格优势。

凯度消费指数显示,2013年食品饮料在电商市场份额为2.6%,2015年上升至3.3%,虽然占比不高,但年均复合增长率高达34%以上。在重点城市有超过50%的家庭通过电商购买超过1000元的快速消费品。县乡市场虽然电商化程度低,但也逐渐显示出渠道的“去中间化”,未来三、四、五线城市将是中国快消品市场和电商增长的主要拉动力。

多地明确建设规划 充电设施建设高峰期来临

□本报记者 刘杨

多省市近日相继明确了充电设施建设规划,并颁布充电设施建设运营补贴标准。在政策支持下,从事充电桩设备生产的上市公司订单火爆。分析人士指出,随着产业政策不断出台和新能源汽车放量增长,充电设施行业将随之快速发展,在充电桩上有技术成本优势、业绩增长确定性高的优质设备供应商值得关注。

加快充电桩建设

3月底,国家电网公司(简称“国网”)即将启动2016年首次充电设施项目招标。多位业内人士向中国证券报记者透露,今年国网的招标金额约50亿元,远高于往年同期。此次充电设施项目招标分3月、5月、9月三批完成。统计显示,在2016年已披露的有关充电桩的投资计划中,国网、南网、普天、万帮4家公司合计新建充电桩达2000多座,公共充电桩近9万个,总投资金额达132亿元。

近日已有17省市明确了充电设施建设规划,另有部分城市颁布了充电设施建设运营补

贴标准。根据《北京市新能源小客车公用充电设施投资建设管理办法》,到2017年,在社会公共停车场以及具备建设条件的公共区域,基本建成平均服务半径5公里的公用充电设施网络服务体系;而到2016年,北京将建成公用充电桩5000根,公用充电桩达1万根。

《关于促进贵阳市推广应用新能源汽车的实施意见》显示,对于完成充电设施建设任务的企业,按照不超过总投资额度10%的比例给予充电设施建设单位奖励。国网是充电桩建设的重点企业之一。2016年,国网将在两纵两横一环高速公路城际快速网络的基础上加速建设“七纵四横两网格”高速公路快速充电网络用以保障电动汽车的快速发展。根据国网统一部署,“四纵两横一环”高速公路快充网络已于今年2月正式投运;同时加快重点城市公共快充网络建设和完善,并为电动公交、环卫、公务等电动汽车配套建设专用充电设施。

数据显示,截至2015年底,全国已建成充换电站3600座,公共充电桩4.9万个,较2014年底增加1.8万个,同比增速58%。据中金公司电气设备研究员陈龙预计,到2016年底,全国新增公共充电桩将达10万个,而整个充电行业的投资规模将比去年同期增长逾4倍。

此外,国网此前表示,计划到2020年建成公共快充站6100座,充电桩5.9万个。

订单明显放量

自2015年第四季度起,充电设备企业订单出现明显放量。根据公告,在国网2015年电源项目第五批招标采购中,中恒电气中标9300万元项目;万马股份中标4965万元;许继电气预中标1.79亿元电源项目。

Wind统计数据显示,沪深两市19家充电桩概念公司中已有16家发布业绩快报。其中9家公司净利润同比增长,占比高达57%,净利润增幅高于50%的有7家;7家公司净利润则同比有所下降。

分析发现,获得主要订单的依旧为电网下属公司或关联企业。在上述电源项目第五批招标采购中共15家企业入围,其中明确为国网关联企业的有6家。中标的网外企业中,上市公司中有中恒电气、科大智能和万马股份。

业内人士认为,在充电桩上有技术成本优势且业绩增长确定性高的设备类供应商,以

及率先发力全国布局充电网并具备卡位优势的公司值得投资者关注。

截至目前,上述充电概念板块上市公司中只有易事特和通合科技发布了年报。易事特业绩表现尤为亮眼。根据公告,公司全年营收36.82亿元,同比增长87%,归属于上市公司净利润2.79亿元,同比大增60.82%。其中新能源汽车的业务营收增长超4倍。公司表示,报告期内,公司新能源汽车充电桩等销售收入为9520.14万元,比上年同期增长4277.88%。公司加强了新能源汽车及充电设施、设备业务的推广,加之新能源汽车行业爆发式增长,带动公司新能源车充电桩及相关产品收入迅速提升。

通合科技2015年营业收入18547.15万元,同比增长23.65%;归属于上市公司股东的净利润4273.70万元,同比增长14.73%。公司称,其主业从原来传统的电力细分市场扩展到新能源电动汽车等新兴产业,为今后的快速发展打开了空间。公司在充电桩领域保持了持续、较高的研发投入,自主研发了充换电站充电桩电源系统所必须的功率变换电源模块充换电站系统监控等相应系统。

北京文化加快资源整合

□本报记者 蒋洁琼

3月22日,北京文化董事长宋歌在“启航—北京文化未来战略新闻发布会”上表示,2016年公司将加速摩天轮、世纪伙伴、浙江星河文化三家相关业务的融合,打造影视娱乐全产业链平台。

据介绍,2016年公司将形成摩天轮领衔的电影投资制作、世纪伙伴领衔的电视剧投资制作、浙江星河领衔的艺人经纪、夏成安领衔的电视节目制作为一体的影视文化全产业链,形成以电影、电视剧网剧、综艺、艺人经纪四大板块协同发展的全产业链生态布局。

公司总裁夏陈安表示:“将致力于把北京文化打造成一个融合传统媒体和新媒体等全产业链的立体化平台,同时让带有北京文化强大烙印的IP在平台内外孵化。”

北京文化自2013年开始涉足影视文化行业。宋歌表示,北京文化将以“打造现象级产品、构筑产业链平台、布局互联网生态”为今后的战略重点。

具体来看,公司将搭建从IP开发、编剧、拍摄、宣传、发行等一体化的平台,对电影、电视剧网剧、综艺等内容制作形式支撑,让IP、人才、项目真正融合,形成可持续生产优质内容的机制。

对于相关业务的整合,夏陈安表示,2016年公司将完善平台渠道,包括电视端、互联网端、移动端渠道;成立IP研发部门,储备并研发整合推进优质IP,同时完善人才梯队建设。

皖新传媒
拟设新媒体基金

□本报记者 李香才

中国证券报记者获悉,皖新传媒旗下控股子公司金智创投将出资1亿元,携手蓝狮子打造“头头是道”新媒体基金。公司表示,此次成立新媒体基金,将用来布局优质IP内容,打造新媒体矩阵。

皖新传媒表示,文化产业IP的黄金时代已经到来,此次公司与蓝狮子将依托“大头频道”等自媒体频道,打造产品矩阵,布局优质IP内容,实现产品对用户的深度覆盖,构建全新的融媒体平台,形成新的媒体生态圈。

据皖新传媒相关负责人透露,2015年蓝狮子营业收入预计近亿元,净利润超两千万元,同比大幅增长。2016年,蓝狮子及其相关拓展业务营业收入和净利润目标再次实现翻番。蓝狮子业绩大幅增长,有助于公司加快实现战略转型。

鹏欣资源
拟增资杰拉德集团

□本报记者 徐金忠

鹏欣资源公告称,与Metals Trading Corp.签署了股权投资协议,公司或附属公司、基金拟向Metals Trading Corp.的子公司Gerald Holdings LLC(“杰拉德集团”)进行增资,增资后鹏欣资源持有标的公司15.625%股份。

杰拉德集团是全球前五大有色金属贸易商之一,年营业额接近百亿美元左右。

通过此次投资,鹏欣资源可在矿源开采、金属生产、加工等方面与杰拉德集团进行技术交流,杰拉德集团全球布局的16家分支机构,分布全球35个国家和地区的贸易销售网络可为鹏欣资源所用,并帮助鹏欣资源从矿业资源生产商、销售商,扩展至优质自然资源的交易商、服务商,打造以资源型为核心优势的产业投资平台。

此次拟增资获得15.625%股份可能是双方股权投资的第一阶段。公告显示,在第一阶段交割后的12个月,鹏欣资源有权再向杰拉德集团增资获得其35.375%股权。

此外,鹏欣资源控股子公司鹏欣国际集团有限公司拟与华岳鲲鹏(深圳)资产管理有限公司或其子公司共同出资设立产业投资基金(有限合伙),产业投资基金规模为2000万美元,主要投资与有色金属采选及贸易相关的产业。

有米科技推行“广告+游戏”联运模式

□本报记者 蒋洁琼

民规模达到5.94亿。同时,移动互联网市场规模达到千亿级别,移动营销行业竞争激烈。

陈第介绍,公司团队对移动互联网理解深刻,不断进行产品创新,提升市场竞争力。针对手机屏幕小、广告空间不足的问题,公司开创了Banner广告,展示形式包括“文字+图标”、图片、动画等。点击广告之后可以下载手机应用,跳转到手机网页等。新版广告条融合最新的HTML5技术,支持动画等新型展播形式,可以最大限度吸引用户眼球。

对于移动营销领域公司而言,媒体资源是其产业链重要的环节。

数据显示,截至2015年6月,移动互联网网

在服务资源方面,有米科技已累计服务1万家以上广告主,覆盖12亿终端用户;在APP媒体方面,积累了10万以上APP资源,包括墨迹、网易新闻等APP。“与媒体的合作方式包括分段代理和广告收入分成等。通过数据分析锁定目标用户,实现广告投放的精准营销。”陈第表示。

探索细分领域

公司业务逐步扩张,并借助流量优势进入游戏领域,开展“广告+游戏”联运协同模式。

据介绍,公司拥有偶玩游戏平台和闪电鱼

游戏平台,前者定位于重度游戏客户,后者定位于轻度休闲游戏客户。

分析人士表示,移动游戏是移动互联网变现能力最强的领域之一。同时,移动游戏应用不仅是移动营销的重要广告主,也是主要的移动营销媒体,移动游戏应用约占移动营销媒体总量的三分之一。

陈第表示,2016年,公司将继续投入研发,包括系统算法、延展海外和国内销售团队,同时探索游戏领域之外业务,如生物医药、影视等细分领域的移动营销。

山东龙泉管道工程股份有限公司
关于签订合同的公告

证券代码:002671

证券简称:龙泉股份

公告编号:2016-019

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

山东龙泉管道工程股份有限公司(以下简称“公司”)分别于2016年3月4日、2016年3月8日在《证券时报》、《证券日报》、《中国证券报》、《上海证券报》和巨潮资讯网(<http://www.cninfo.com.cn>)上披露了《关于项目中标的公告》(公告编号:2016-008)、《关于项目中标的补充公告》(公告编号:2016-009)。

近日,公司与辽宁润中供水有限公司签订了《大伙房水库输水(二期)抗旱应急工程预应力钢筒混凝土管(POCP)采购三标合同协议书》。具体情况如下:

一、合同签署概况

合同对方:辽宁润中供水有限公司

签署地点:辽宁省

合同类型:产品购销合同

合同标的:管材及配件的设计、制造、防腐、检测以及管材的交货、服务等。POCP管道长度33.69km,管径DN3200,内径0.6MPa。

计划工期:2016年4月20日至2016年10月31日。具体供货时间按监理人批准的进度计划执行。

合同金额:人民币壹亿捌仟玖佰肆拾玖万叁仟叁佰壹拾玖元捌角壹分(¥189,493,339.81元)。

二、交易对方情况

1.大伙房水库输水(二期)抗旱应急工程已经辽宁省水利厅批准建设,资金自筹已落实,招标人为辽宁润中供水有限公司,招标代理机构为辽宁华宁招标代理有限公司。

2.公司与业主方不存在任何关联关系。

3.最近一个会计年度公司未与业主方发生类似业务。

4.合同的主要内容

1.合同双方:

合同对方:辽宁润中供水有限公司

合同地点:山东省龙口市

2.合同标的:管材及配件的设计、制造、防腐、检测以及管材的交货、服务等。POCP管道长度33.69km,管径DN3200,内径0.6MPa。

3.合同金额:人民币壹亿捌仟玖佰肆拾玖万叁仟叁佰壹拾玖元捌角壹分(¥189,493,339.81元)

4.质量保证:质量保证期满无质量缺陷,且按要求提交完成全部相关供货档案资料(包括电子版)后,质量保证金由买方在28天内支付给卖方。

5.合同的履行期限:

1.合同采取分期多次付款的方式,因此,存在不能及时收回部分合同款的风险。

2.在合同履行过程中,如果遇到自然灾害等不可预计的或不可抗力等因素的影响,有可能会导致合同无法正常履行或延迟履行。

7.备查文件

《大伙房水库输水(二期)抗旱应急工程预应力钢筒混凝土管(POCP)采购三标合同协议书》

特此公告。

山东龙泉管道工程股份有限公司

董事会

二〇一六年三月二十二日

珠海恒基达鑫国际化工仓储股份有限公司
关于重大资产重组延期复牌暨进展公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

珠海恒基达鑫国际化工仓储股份有限公司(以下简称“公司”)拟筹划重大资产重组事项,经向深圳证券交易所申请,公司股票(股票简称:恒基达鑫,股票代码:002492)自2016年2月24日开市起停牌,公司已于2016年2月24日在指定信息披露媒体刊登了《关于筹划重大资产重组停牌公告》(公告编号:2016-005),2016年3月1日在指定信息披露媒体刊登了《关于筹划重大资产重组的停牌公告》(公告编号:2016-007)。2016年3月8日,