

吉利与沃尔沃合并重组变深度合作各自独立再组动力总成新公司

■ 靳朗

吉利与沃尔沃的合并方案在商讨一年之后终于有了阶段性的结果。

2月24日晚间,沃尔沃汽车与吉利汽车联合宣布:双方达成最佳合并方案,即双方保持各自的独立公司架构,同时继续拓展合作领域,年底前以股权合并形式将动力总成业务合并成立新公司,重点开发新一代双电机混合动力系统和高效内燃发动机。

这一结果意味着此前公布的将吉利汽车与沃尔沃汽车合并成“一家强大的全球集团”这一计划被搁置。

重组未成行 业务合并扩大协同优势

2020年2月,吉利汽车和沃尔沃汽车同时发布消息表示,双方正在探讨业务合并的可能性,成为一家强大的全球集团,而且重组后的新集团将通过香港吉利汽车上市主体实现与全球资本市场的对接,下一步还将考虑在斯德哥尔摩上市。

经过一年的谈判商讨之后,预料之中的资本大戏却没唱起来。

根据吉利汽车发布的公告显示,吉利汽车与沃尔沃汽车将围绕汽车新四化前瞻技术,在动力总成、三电技术、高度自动驾驶等业务领域进行合并及协作,持续推动科技创新。双方以股权合并形式将动力总成业务合并成立新公司,重点开发新一代双电机混合

以支付科技赋能前门天街银联商务助力老字号数字化转型

元宵佳节,以京味儿文化为代表的北京前门天街成为“原年人”感受节日民俗气氛的好去处。得益于银联商务为前门天街定制上线的“商赢龙腾 ERP”文旅商业街区综合解决方案,不仅助力管理方轻松应对常态化疫情防控需求的考验,还通过移动收银系统、商管系统等系统的上线运行,优化了消费者的购物体验,为“老字号”商街的全流程经营管理提供支持,以数字化、智能化手段帮助传统零售商家实现“老店焕新貌”。

作为全国知名的商业街区,北京前门天街历史悠久,上百年的历史造就了如便宜坊烤鸭、盛锡福帽店、月盛斋酱肉、都一处烧卖等多家中华老字号,每年都吸引着海内外大量游客前来观光、消费。而商街此前一直沿用传统固定式收银设备,不仅收银成本高、效率低,顾客消费体验不佳,也给常态化疫情防控工作带来不便。如今,基于银联商务“商赢龙腾 ERP”产品为其打造的移动收银系统,顾客购物付款时只需打开“云闪付”等移动支付类APP并亮出付款码,导购员使用移动扫码设备即可快速完成支付,在全面提高收款效率的同时,也为顾客带来了便捷、高效的购物体验。不止于此,“商赢龙腾 ERP”产品打造的移动收银系统还提供销售数据统一采集功能,可为商家快速实现银行入账数据和销售订单的精准对账,高效优化对账流程,进一步提升财务管理效率。

除了通过移动收银系统优化前门天街商户的收银体验,银联商务“商赢龙腾 ERP”产品还为前门天街管理方上线了商管系统,以商户资产管理为核心,为招商洽谈、商户入驻、合同签订、销售管理、物业管理、结算收款、经营分析、续租退场等全流程管理提供系统化支持,通过满足商街对商户全生命周期管理的需求,助力商街有效优化商户整体行业布局,以智能化手段提升商街运营管理水平。据悉,银联商务后续还将为前门天街上线全渠道会员管理系统,结合银商“全民惠”营销平台、“快来麦”微商城等各类产品,通过会员营销数据分析,提供定制化营销解决方案、搭建小程序及公众号流量入口等方式,助力商户进一步拓宽引流。

为北京前门天街提供的“支付+”综合解决方案,只是银联商务深度参与各地文旅商业街区建设的一个缩影。凭借旗下应用场景丰富、功能全面的“商赢龙腾 ERP”等系列产品,银联商务还为河北西柏坡文旅小镇、陕西白鹿仓、河北土门关驿站小镇等文旅商业街区提供了各具特色的定制化经营管理综合解决方案,帮助各地文旅商业街区解决成本、客流、数据流、管理流等方面发展痛点。事实上,作为推动商户实现线上线下一体化经营转型的“利器”,银联商务的“商赢龙腾 ERP”已经深入应用到包括百货、交通、房产、文旅、微商城等在内多个行业场景,充分展现出这家综合支付和商户增值服务提供商,在打造行业综合服务生态圈领域的强大实力与无限潜力。

(中新网)



动力系统和高效内燃发动机。除了继续向双方供货外,还向第三方汽车公司提供产品和服务。该公司计划在年底之前投入运营。

之所以选择这一方案,吉利汽车控股有限公司行政总裁桂生悦道出缘由:“吉利汽车在香港上市以来,把保护股东利益,为投资人寻求汇报作为最高准则,去年公布与沃尔沃汽车寻找最佳合并方案后,收到很多意见。”据桂生悦透露,虽然股东和投资者认为过去10年吉利汽车的良好发展离不开沃尔沃汽车的支持,同时也承认双方更紧密的合作可以把协同效应发挥得更大,但同时也有所担忧,担心在合并方案中大家的股权如何稀释,

将沃尔沃汽车合并到上市公司中会带来大的集资负担。

“我认为,现在的合并方案恰恰可以让双方把协同效应发挥得更大,投资者和股东可以享受受到合并带来的好处,又消除股权方面的担忧,是最佳的合并方案,对股东和投资者最负责任的方案。”桂生悦表示。

聚焦前瞻技术 实现降本增效

无论是全面合并还是业务合并,吉利汽车与沃尔沃汽车都在为下一个10年做准备,

“苏宁帮客 + 冷链”赋能天天快递让海岛不再是孤岛

“现在是长岛的旅游淡季,却是快递业务的高峰期,每天最高能发 300 多单”,每天忙于奔波长岛与蓬莱两地的王宝屿笑着说。

王宝屿是长岛天天快递的负责人,融合、转型,对曾经的他来说,是一些很遥远陌生的词,但从 2019 年开始,这些词变得亲近了起来。

过去两年来,依托苏宁物流,王宝屿所带领的网点搭上了转型升级的“顺风车”,将单一业务场景整合重构,通过“天天快递+苏宁帮客+冷链”的新模式,打造了末端网点复合业态转型升级的又一样本,网点也有了翻天覆地的变化。

引入苏宁帮客 助推长岛消费升级

长岛,是山东的唯一一个海岛县,亦是王宝屿的出生成长地,常住人口 5 万多,周边 32 个岛屿中仅有 10 个岛有人居住,岛与岛之间全靠船只来往。

“岛上交通不便,以前想买个电器,都得花一两个小时乘船到蓬莱或烟台去买,一旦涉及到安装维修,就更麻烦”,但困境往往隐藏着新的机遇,在天天快递与苏宁物流加速融合的契机下,2019 年,王宝屿在网点主动接入苏宁帮客县镇服务中心,还专门聘请了电器工程师,快速构建了网购支付、家电送装、维修保养等岛民生活服务所需的专业化能力,让消费者即使远居岛上,也可以像一线城市消费者一样,享受优质便捷的服务和体验。

刚开始,有人并不理解,“不好好做快递,又去新增售后服务,还聘请专业工程师,这营收能平衡吗?”但王宝屿却有自己的商业考量,新增苏宁帮客业务后,覆盖的客户群体进一步扩大,而客户使用过帮客服务后,如果还有寄件需求,就会直接交由他下单天天快递,与快递业务巧妙地形成了优势互补。



更重要的是,这实实在在地服务了这片土地上的人们,“我本来也是长岛本地人,能为大家带来更便捷的生活,我觉得很有意义”,与此同时,王宝屿的苏宁帮客也收获了岛上一众居民的认可与支持,有渔民说,“有了苏宁帮客后,有啥电器维修的,打个电话给王宝屿,他就安排工程师上门处理了,有啥要买的,也可以直接在易购上下单,天气好的话,他两天就送上门来了,生活方便得很。”

从日均 20 单到 300 单 冷链业务激活长岛海鲜产业

在苏宁帮客业务线有条不紊地推进的同时,王宝屿还积极发展新兴业务——冷链业务。海产品是长岛的支柱产业之一,但海产品几乎只发干货,极少发冻品,王宝屿以前也尝试做过冻品发货,技术设备不到位,一做就亏,“不敢轻易尝试了,海上风浪没有定数,但冻品最怕遇风浪,一耽搁就会化冻变质,形成损耗。”

随着天天快递与苏宁物流渠道与系统的全面对接与融合,王宝屿知晓了苏宁物流有冷链仓服务,覆盖全国 128 个城市及地区,且针对不同品类需求,有设冷藏、冷冻、恒温三大温区,“有冷链仓支持,冻品运输难题就迎刃而解了”,他当即决定再次尝试冻品物流,他一边在长岛上租用冻库,确保冻品在发货时不受交通突然中断的影响,一边积极融入苏宁物流的冷链运营,通过冷链仓与冷链运输车的无缝衔接,

为全球领先的科技出行公司做准备。

“为推进此次合作,吉利汽车与沃尔沃汽车还将建立全新协调管理机制,确保各合作项目高效顺利开展。双方的进一步深化合作势必将实现 1+1>2 的效果,推动汽车行业转型升级,助力中国智能出行产业更深入地融入全球市场。”吉利控股集团 CEO 李东辉表示。

从公告的具体内容可以看出,吉利汽车与沃尔沃汽车的业务合并重点在电气化动力、自动驾驶以及领克品牌三个方面。

据介绍,双方已经启动下一代纯电专属模块化架构的联合开发,实现核心技术成果的共享和规模化优势,双方还将在三电和智能网联方面实现技术共享,共用电池包和电驱系统,并通过联合采购降低成本;在自动驾驶前沿技术领域,由沃尔沃汽车旗下自动驾驶软件技术开发公司 Zenseact 牵头,共同开发全球领先的高度自动驾驶解决方案。

目前,吉利汽车与沃尔沃汽车的合资公司领克汽车已经启动欧洲战略,首批领克 01 即将登陆欧洲市场,接下来领克将利用沃尔沃汽车的海外销售渠道及售后服务,快速在欧洲实现销售与服务能力的覆盖。

吉利收购沃尔沃汽车 10 年,已经取得了阶段性的成果,双方未来的发展仍充满想象。此次整体合并重组虽然未能实现,但并不意味着双方止步于此。据李东辉透露,“未来无论是吉利汽车还是沃尔沃汽车,在探索在资本市场运作的可能性上,双方的股东和董事会都可以做出探讨,根据双方公司的运营和市场情况,尊重各自股东和董事会做出决策。”

接,确保运输环节冻品不受损耗。

苏宁物流专业冷链运输网络、全链路专业化的温控管理技术及分钟级的末端配送服务,让海鲜产品到消费者手里还保持着新鲜,王宝屿说,“冷链商品优先配送,时效提高,仅需 1-2 天就可到达用户手里”,而他也借此成为了岛上为数不多的集冷冻、冷链为一体的快递商。

冷链运输也带动了当地海鲜产业的快速发展,海胆、栉孔扇贝、金钩海米、江瑶贝、鲍螺等特色海产品被源源不断送出去,成为长岛的网红海鲜。海产品商户的销售半径不断扩大,王宝屿的揽件半径也在不断扩大,“现在日单量从以前的 20 单提升到了两三百单,不只是我的收入大幅增加了,大家的收入也都看得见地上涨着”。

长岛天天快递网点成为了当地上通下达的一个桥梁,苏宁天天快递,为商户提供仓储、运输、配送等全链路冷链解决方案,助力当地特色海产品上行;苏宁帮客,为当地居民提供家电维修、维修、保养等多元化服务,助力美好生活走进来。

王宝屿的长岛网点,仅仅是天天快递各地末端网点众多行之有效的融合模式中的一个,在苏宁物流的持续护航下,天天快递正加速转型升级,末端网点将不再局限于单一的收件寄件,开始与苏宁的主业优势相结合,开展零售云或冷链业务等,从而呈现出多种业态模式。

而这也与苏宁的战略规划是一脉相承的,在苏宁 2021 年度工作部署会上,集团董事长张近东强调,要主动变革,大胆砍掉低价值业务,放大主业优势和能力,而冷链业务既符合大的市场趋势,有高需求,同时也具有高价值,未来将进一步发展成为苏宁的长板支撑。

苏宁天天的融合转型还在继续,未来,“天天+零售云”、“天天+帮客”的复合业务创新模式还将在更多地区落地生根,为快递行业带来新的增长曲线。

(和讯)

舟山石油：“三步走”助推油站转型升级

■ 江乔文 单琪

随着舟山富翅大桥东西快速路正式通车,双桥收费站不再是进出本岛的主要入口,大桥南站汽柴油销量持续下滑,道路分流之后的第一个季度汽柴油环比降幅较大,加之 2020 年新冠肺炎疫情影响,该站销量一度跌入低谷。面对如此颓势,该站拒绝坐以待毙,通过绘就客户群体分区图、搭建分级客户维系模式,打出精准营销组合拳,逐渐摸索出一条转型升级的新路子,着力打造了一座以柴油为主的“万吨站”。截至 2020 年底,大桥南站共计销售汽柴油相比上一年增幅达近 10%,其中柴油增幅达五成。

筑基石 绘就挖潜增量“新蓝图”

大桥南站从研究市场、研究客户入手,创新维护手段,通过建立客户群体分区图进一步完善基础数据,搭建起统一的客户管理数据分析平台。利用毗邻工业区的地理位置优势,区域经理毛斌永和站长虞亮宏从周边的企业入手进行摸牌,以便于了解需求、对症下药。从 2020 年 3 月开始他们利用双休日、节假日走访周边企业负责人,面对经常被误认为传销人、骗子的窘境,他们奉行“一遍不行两遍,两遍不行三遍”策略,终于在 4 月底绘制了油站周边约 7 公里辐射半径的客户群体分区图,按地域位置及地理坐标划分 A-H 区块,摸牌自有私家车和货车数量,分别建立客户档案,准确了解周边客户信息和用油情况,同时也发现了一批“休眠”客户,为下一步精准施策、有效反馈应对夯实了基础。此外,分区图的绘制也有便于在新老站长交接时,让新站长对油站周边情况“一目了然”,大大节省了精力物力。

聚合力 搭建客户维系“ABC”

在终端网络发展数量受限、受控的前置条件下,做精做细存量客户的维系和提升客户的体验感是目前油站经营管理中至关重要的工作。大桥南站在完善客户大数据档案的基础上,根据油品消费量、忠诚度、信用状况及性质规模等将客户定为 ABC 三个等级,构建起片区经理维护 A、油站站长维护 B、油站员工维护 C 的“三层级维护体系”。同时通过标准化客户管理不断加强存量客户的日常维系,注重做好“沟通、反馈、唤醒”:

“重沟通”:建立柴油货车司机、大巴司机两个 VIP 微信群,第一时间发布油站最新营销活动和调价信息,形成良好互动。

“重反馈”:针对销量稳定的客户群体,站内员工依据分工每月关注用油变量,尤其是减量较大的客户,及时跟进沟通、分析原因、制定措施。

“重唤醒”:针对“休眠”客户,定期走访倾听需求、解答疑虑、算清经济账,努力寻找双方继续合作的突破口。

此外,该站还在班组竞赛指标中专设月度客户数量维系考核,让员工对销量影响收入“看得见、摸得着”,不断调动全员开发与维护客户的积极性。

善分类 打出精准营销“组合拳”

大桥南站根据客户群体分区图,针对不同级别的客户,在积分优惠、资源保障、信用额度等方面实行“一户一策”,由不同层级的管理人员担任兼职客户经理,将有限的营销资源用到“刀刃”上。瞄准重点潜力客户,全力公关。利用“一户一策”优惠调整与“一对一”服务,加上老客带新客“口碑相传”成功开拓大量 LNG 罐车新客户,客源翻倍增加,柴油销量大幅提升。借力优惠政策,固老增新。

为“激活”一批“尚未办卡或办卡未用”的柴油客户,南站持续开展限卡号持卡加油送红包券活动,新增和回流客户 200 多个,成效明显。一方面有效遏制了柴油持续外流的势头,另一方面巩固及吸引系统外客户回流和拓展新客户,实现了进一步扩销增量。同时为进一步贯彻落实省公司精准营销理念,通过与物流单位、装运 LNG 的运输单位等已享受较大积分优惠的单位沟通协调后,达成了不参加此专项营销活动的统一意见,在不影响销量的前提下,共计减少营销费用支出近 20 万元。实施差异化营销,挖潜增量。

针对 A-H 不同区域进行分类施策,如 A 区客户主要以机械制造为主,南站牢牢抓住区内厂、房相关柴油运输车辆以及单位内相关员工私家车,通过纵深推进加油卡“五进”工作,积极介绍中国石化的品牌和优质服务;G 区客户主要以汽车销售服务 4S 店为主,该站开展上门设摊办卡服务,推出“购新车免费办卡得优惠”活动,从而稳步提升汽油客户市场占有率。



茅台之窗 |

“茅台院士”是对我国科技工作的讽刺吗

■ 袁岚峰

最近,很多人来问我所谓“茅台院士”的问题:这难道不是对我国科技的巨大讽刺吗?实际上,这个问题应该分几个层次来看。

首先,茅台酒庄总工程师、首席质量官王莉并没有当上院士。中国工程院今年的院士增选工作刚刚开始,10 月底才会出结果。因此,所谓“茅台院士”是一个对尚未发生的事情的担忧,而不是已经发生的事实。

然后,你可能会觉得,现在王莉是院士候选人。其实不对,现在连候选人都还没出来。根据中国工程院的安排,4 月底才会确定候选人。

那么现在是什么状态呢?现在是院士候选人的提名阶段,王莉是受到了贵州省科协的提名,也许可以把这种状态称为“候选人的候选人”。

这里需要解释一下,院士候选人的提名方式有三种:几位院士联合提名,学术团体提名,以及特别通道提名。特别通道提名只适用于国防和国家安全领域,绝大部分院士来自

前两种提名方式。学术团体提名中的学术团体是谁?是中国科协下属的各个学科的学会,以及各省的科协。

2018 年底,我入选了安徽省科协的常务委员。没过多久,安徽省科协就叫我们提名中国工程院院士候选人。我一开始很奇怪,这跟我有啥关系?中国科学院的院士我认识不少,中国工程院的院士我却完全不认识,干吗要我提名?仔细一看才明白,提名工程院院士是省科协的一项任务。

请注意,省科协与各个学会提名的人并不是一定能成为院士候选人。中国科协要组织一个提名委员会,对这些学术团体报上来的候选人进行评审投票。在这里先筛过一轮,然后才报送给中国工程院。跟另外两条通道报送的一块成为院士候选人。

现在大家明白了吗?王莉只是成为了“候选人的候选人”,贵州省科协提名了她。至于她能不能成为院士候选人,那需要等到中国科协评审决定。

所以对于网络舆论,中国工程院发了个

声明说,王莉还不是院士候选人。这话是完全正确的。现在即使要有人背锅,也轮不到中国工程院。甚至也轮不到中国科协,只能是贵州省科协的锅。

但无论如何,到目前为止各方的做法都是合规合法的。大家可以质疑当事人的学术水平、对工程技术的贡献,但不应该质疑这里有黑幕。其实就是贵州省科协执行了自己的职责,推荐了一位“候选人的候选人”,只不过这位“候选人的候选人”太富有地方特色,跟大多数人的预期不符。很有可能,在中国科协这一关就会被刷下来。如果没有,在最终的院士选举中十有八九也通不过。所以,“茅台院士”有极大的可能不会成为现实。

说到底,我们不应该单纯因为一个人的工作领域就否定他的资格。酿酒确实是一个工程技术领域,如果在这个领域有真正重大的科技问题,而且有人创造性地解决了这些问题,那么成为院士也合乎道理。真正的问题在于,有吗?

(作者为中国科学技术大学副研究员、科普专家)