

8 企业联盟 Cooperation

中广核牵手腾讯：国内首个“互联网+清洁能源”落地

近来风头正劲的能源互联网领域,13日迎来了一个重磅消息:能源巨头中国广核集团有限公司(下称“中广核”)与互联网巨头腾讯签署了《互联网+清洁能源战略合作框架协议》,这标志着国内首个“互联网+清洁能源”项目全面落地。

该签字仪式是在深圳市市委书记马兴瑞、深圳市市长许勤等见证下完成的。中广核与腾讯公司在深圳签署了《互联网+清洁能源战略合作框架协议》,中广核董事长贺国、腾讯董事会主席兼 CEO 马化腾、腾讯副总裁兼腾讯云负责人邱跃鹏等出席了本次签约仪式。

中广核与腾讯宣布,将围绕“互联网+清洁能源”为核心展开一系列全方位业务合作。根据协议,中广核与腾讯将以“互联网+清洁能源”解决方案为具体结合点,开展包括混合云、全球协同通信、微信企业号、互联网金融等方面全方位、深层次的“1+X”战略业务合作。另外,双方还将成立“互联网+清洁能源”创新应用实验室,构建完整的能源建设、生产、传输、消费生态体系。作为能源企业和互联网企业在“互联网+”领域的首次携手,这次跨界合作也意味着我国围绕“互联网+能源”方面的探索进入实质落地阶段。

双方认为,发展核电以及非核清洁能源是未来国家可持续发展的重要战略,能源新价值链的建设与发展,是全球经济进一步增长的重要推动力。在当前新的经济发展形势下,中广核与通讯开展战略合作,是积极落实国家提出的“互联网+”、“一带一路”战略的具体行动。

中广核：打造“互联网+清洁能源”精品项目

此次合作中,中广核将借助腾讯在平台、资源、技术等领域的优势,有效提升自身的信息化水平及互联网业务能力。

基于腾讯云进行全方位内外部管理的云化升级是双方合作的重要内容。据了解,腾讯云将协助中广核构建符合国家信息安全要求



●中广核与腾讯签署战略合作协议,见证人广东省委副书记兼深圳市委书记马兴瑞(右后)、深圳市市长许勤(左后)。

的混合云、协助创建中广核的全球协同通信、与中广核共同完成互联网节能和安全监控管理等方面的业务创新,以及助力中广核进行智慧健康和电子商务等方面的信息化应用。

同时,中广核微信企业号的前期筹建工作也在有序进行中。中广核微信企业号将充分利用微信、手机 QQ 平台接口能力和支付等移动互联网先进理念的技术手段,持续优化和提升企业移动 IT 服务内容和能力,形成可闭环的服务体验。

而在另一个重要合作领域——中广核互联网金融项目中,双方将参考腾讯微众银行商业模式、IT 架构和安全架构等,按照中国互联网金融安全准则,打造中广核金融、财务、融资租赁、保险经纪、境外银行等各个业务的互联网+金融服务平台。

中广核把“国际一流的清洁能源企业”作

为企业发展愿景,作为中国乃至世界领先的清洁能源开发商和服务供应商,目前中广核核电在运装机容量全球第五,在建装机容量全球第一。中广核董事长贺国表示,此次合作是落实国家“互联网+”战略的具体行动,是中央企业创新发展的实践,是互联网企业和清洁能源企业的强强联合,双方将充分发挥各自在行业内的资源、技术优势,融合互补,为中国企业的创新发展提供新的范例和思路,我们有信心把双方合作打造成“互联网+清洁能源”的精品项目。

腾讯：“互联网+清洁能源”助力构建完整能源生态系统

马化腾表示,凭借社交资源和大数据优

势,腾讯能够实现与中广核的强强联合,将有力推进“互联网+”战略在能源行业全面落地,推广“互联网+清洁能源”模式,构建完整的能源建设、生产、传输、消费生态系统,是互联网与能源的重大融合和创新发展的。

据了解,双方将组织力量,形成联合项目团队,开展专题研究,并将建立起常态化、制度化的战略合作协调推进工作机制,推进战略合作的落实。事实上,作为“互联网+”的最早呼吁者和实践者,腾讯一直大力提倡并推动“互联网+”在多个行业的推广和落地,通过跨界融合,实现经济新业态的孵化。

目前“互联网+”在出行、地产、贸易、服务等领域的创新迭出,而随着能源、医疗等一系列传统行业领域逐步深层次介入,腾讯等互联网公司将与传统企业一起携手培育出丰富的“互联网+”生态系统。(杨漾)

阿里和乐视达成战略合作 将打通村淘与 LePar

4月12日,阿里巴巴集团与乐视控股集团共同宣布达成全面战略合作。未来双方将重点围绕销售、社区运营、内容运营、渠道等层面展开全面合作。

战略合作 资源共享

乐视生态 O2O 销售平台总裁张志伟表示,乐视与阿里打通双方的促销节点,能够让双方在全年的促销节奏上更加完整有序,从而覆盖全年的消费点。

据了解,414、618、919、双11等促销节点,双方将启动联合营销,双方共同规划了2016年的销售目标:2016年乐视在天猫的销售额有望突破百亿元,其中手机依然是大头,超级手机销售额45-55亿元,超级电视销售额25-35亿元,会员、智能硬件及衍生品销售额5-10亿元。

据了解,战略合作签署后双方首个成果将是今年的414“乐视硬件免费日”。乐视宣布,4月14日为“硬件免费日”,当天包括乐视商城、LePar、天猫商城在内的全通路,乐视超级电视、超级手机等硬件将免费。414乐视生态节期间,天猫、聚划算、农村淘宝等平台将以“超级品牌日”的方式全力支持乐视生态节,“村淘”不但是此次合作的重点,未来也会



成为双方合作的重要突破点和增长点。

“2016年,电商已经从运营货品走向运营内容,以内容为纽带触达人群,获得消费者,最后转化为会员。”天猫电器城总裁印井表示,商家是最佳的内容生产者,乐视有丰富的内容资源,双方可以在社区运营、内容运营等方面,通过类似于“天猫粉丝趴”、“淘宝头条”等产品形式展开合作。

由此,消费者不仅可以在天猫买到乐视的商品,还可以通过乐视所拥有的明星资源、内容资源,形成固定的粉丝社群,并通过对用户的关注、对内容的运营,获得顾客、建立口碑,最终形成牢固的会员关系,从而打造个性化的生活方式,并传播这种生活方式。

“村淘+LePar”组合凸显O2O优势

本次战略合作的另一个亮点是阿里村淘点将与乐视 LePar 店全线打通。目前,全国已有14000家村淘点、4200家 LePar 店,2016年 LePar 店数量将超过10000家。“村淘+LePar”组合将进一步补充双方线下末端渠道的覆盖与综合服务能力,提升双方对线下的控制能力。

家电线下市场、特别是农村市场具有广阔的发展空间。奥维云网数据显示,2015年电视市场中,农村销量占比为51%,城市销量占比为49%。在智能电视品类中,农村市场的表现也要优于城市市场。

环保业：企业加速抱团 并购融资进入高速期

日前,全国工商联环境商会发布分析文章称,我国环保产业正处在并购、整合的大周期中,今年这一趋势仍将继续,且会更加活跃。据全国工商联环境商会统计,一季度环保并购、融资案例已超过30笔,有近五成涉及金额超过亿元。业内分析,对于环保公司而言,如果只局限于某一领域,空间有限,很难做大,随着大量环保企业逐步壮大,今年我国环保产业并购规模有望继续增加。

企业加速抱团

全国工商联环境商会相关负责人表示,今年,环保产业行业并购整合依然是大趋势,案例数量会越来越多,尤其传统环保领域的并购会更加活跃。“通过同业并购实现主业壮大或区域扩张、拓展产业链、打造综合环保服务商,是环保类上市公司发展的一大特点。”上述负责人表示,这类举措也能令企业自身发展格局趋于明晰和稳定。

据介绍,在今年一季度,少至几十万元,多至十几亿欧元的融资、并购案在环保行业中更是出现了爆发式增长,包括3月北控完成对德



国垃圾焚烧发电市场占有率排名第一的德国 EEW 废物能源利用公司100%股权收购;国电电力12.18亿元收购龙源环保脱硫设施资产等行业知名的并购举动都是在前三个月内发生的。

“去年,国务院发布政策鼓励环境污染第三方治理,紧接着今年初,相关部委披露执行细则,让环保企业觅得了扩展契机。”盘古智库学术委员会副主任、国能中电集团董事长白云峰直言,一季度并购、融资行为活跃度大幅提高,主要是因为环保企业发展至今,资产规模

几千万元的公司已经不少了,但受限于上市难,因此需要找到更有力的“靠山”,而规模上亿元的企业短期内也很难实现利润快速增长,银行对轻资产的民营环保企业授信额度控制较严格,因此整合相关企业形成合作势在必行,今年起,环保产业进入融资并购“大年”几成定局。

摆脱政府买单

环保行业并购潮出现后,有专家表示,环保领域的并购、融资大多数涉及金额仍然较小,几百万元、几十万元的合作比比皆是,这背后可能显现出的问题是:目前我国环保市场仍然较小,企业发展对于政府的依赖程度仍然较高。

不可否认,目前,政府抛出的环保订单仍然是环保企业不能忽视的一块蛋糕,广发证券曾发布数据显示,截至去年4月底,A股上市公司已披露的 PPP 项目订单共1550个,计划投资总额突破2.2万亿元,其中环保项目超过239个,总投资额超过1270亿元,与此同时,各地政府还在不断推出环保 PPP 项目包。此

前曾有不完全统计显示,在已公布的 PPP 推介项目中,生态环保领域在数量上占据明显优势,其中,安徽省环保项目占省内全部 PPP 项目的62%。实际上,企业对于政府订单这笔收入来源一直是非常重视的,北京碧水源科技股份有限公司常务副总裁何愿平就曾向记者“抱怨”称,北京城镇污水处理项目几乎都被国企垄断,民营很难分一杯羹。

对此,白云峰却不尽同意,他表示,企业希望政府为环保市场背书、买单确实还是存在,相对比较集中在水污染治理、垃圾处理领域,因为这些行业是特许经营,必须由政府出面签单,但随着我国环保标准逐渐提高,市场的环保、治污需求已经愈发增加了,尤其是大气治污领域已经几乎没有政府买单的行为了,对于整个环保行业来说,市场需求占比几乎可以比肩政府买单项目了。

激活环保市场

“在经历目前市场的洗牌后,未来,环保行业的并购融资潮可能还会持续一年半到两年,在此之后,行业中将迸发一批初始规模在40

苹果拟自建 iCloud 数据中心与浪潮集团合作

据 TechWeb 报道援引外媒4月12日消息,为了降低对第三方服务器的依赖,苹果将于中国服务器供应商浪潮集团合作,自建 iCloud 数据中心。

目前,苹果被传主要依赖微软和亚马逊来满足对服务器的需求,随着数据需求的飞速增长,苹果开始考虑减少在第三方云平台上的支出。同时,自建数据中心还能有效的防止第三方泄密的问题。

浪潮集团是中国本土综合实力最强的大型 IT 企业之一,在中国互联网服务器市场上的份额超过60%。客户包括阿里巴巴、百度、微软和 IBM 等。据悉,浪潮已经在距离苹果公司总部不远的地方设立分部,其中包括研发团队和生产中心。A 股中浪潮信息、浪潮软件为浪潮集团上市公司。(佚名)

LG 三星争相圈地 OLED 技术 对抗鸿海与夏普的联盟

近日有消息传出,素来是竞争对手的三星和 LG 宣布,两家公司已入股从事 OLED 研发的新创公司“Kyulux”来对抗鸿海与夏普的联盟。不过,据记者了解到,LGD 去年四季度,SDI 今年3月先后投资了 Kyulux,它们并不是联手投资。由于鸿海收购夏普是今年3月才确定的事,所以不存在对抗鸿海与夏普的联盟。LGD、SDI 先后投资 Kyulux,是为了获取第三代 OLED 技术。

据了解,在过去20年,LCD 市场规模从2亿台增长到30亿台,增长了14倍。虽然市场规模急剧攀升,但近年来种种迹象表明,LCD 市场已经处于饱和状态,显示产业需要新的发展动力。作为下一代显示技术,OLED 被显示行业寄予厚望。LG 与三星纷纷押宝 OLED 技术,也预示着电视市场将发生巨大的变化。目前惟一的大尺寸 OLED 面板供应商 LG Display 也表示,未来将在 OLED 上进行集中投资,加强销售,持续引领 OLED 高端电视市场。随着产业链上下游相继做出姿态,不难看出,OLED 时代正在提前到来。

业内人士认为,OLED 之所以备受三星和 LG 热捧,主要是因为其优势明显,为下一代显示技术发展给出了答案。与 LCD 液晶电视不同的是,OLED 有机电视不需要背光源,每个像素可以独立自发光,基于此,OLED 有机电视可以呈现最纯粹的黑色、非常炫丽的色彩,以及多种物理形态的至薄设计。

此外,OLED 有机电视凭借对黑色的掌控还带来无限对比度,从而使其成为最适合搭载热门技术——HDR 的显示产品。

随着产业链上下游联动,OLED 的市场份额也在急剧增长。据奥维云网(AVC)的数据显示,2015-2018年,全球 OLED 有机电视出货量将持续大幅攀升,仅在2016年就将从40万台猛增到130万台,涨幅最大。其中,中国市场的表现尤为突出,2016年和2017年都将连续保持400%的增长速度。

“而随着 OLED 技术的日益成熟,以后必将成为未来电视和手机行业中的一个趋势,LG、创维以及鸿海刚刚收购的夏普,都有意进入或加速拓展 OLED 市场。”该业内人士强调。

相关统计数据显示,2016年全球电视市场规模约2.3亿台,其中超过2000美元以上的市场占1.8%左右。家电分析师梁振鹏表示,具有广阔空间的高端电视市场需要卓越的产品填补空白,而 OLED 有机电视已经占据了有利的位置。在产业链上下游共同推动下,OLED 时代正在以前所未有的速度到来。(钱瑜 石飞月)