

美团酒店与超 50 家酒店达成合作 净放芯项目落地西安

随着旅游消费需求的不断增长,住宿需求日益增加,如何让消费者切实感知酒店布草的“一客一换”,是全行业十分关注的问题。

8月24日,“酒店干净住,就扫净放芯”中国绿色饭店——净放芯项目启动仪式在西安举行,“净放芯”正式落地实施,并与美团酒店及西安超过 50 家酒店达成合作。今后,消费者可以随时通过美团酒店查询和预订带有“一客一换”专属标识的“净放芯”合作酒店,入住后用手机扫描“净放芯”智能芯片,即可知道床单等酒店布草用品的洗涤和更换状态。

中国饭店协会副秘书长、住宿业事业部主任丁志刚表示,要适应新消费时代的要求,大力推进绿色、健康、放心的消费,引导行业积极创建中国绿色饭店。“净放芯”的落地正是中国饭店协会打造绿色饭店升级版行动之一,同时将酒店行业的服务智慧化向前推进,更能够有效保障消费者切身利益。以智能芯片让“一客一换”透明化,是一次“布草革命”,更是一场真正意义上的“酒店革命”,中国饭店协会将助力“净放芯”落地 3 万家酒店。

据了解,“中国绿色饭店——净放芯项目组”由中国饭店协会和上海别样红信息技术有限公司共同发起,旨在以技术创新提升酒店服务品质,为消费者提供更加安全放心的住宿体验。

手机扫一扫即知床单换没换

酒店布草管理一直缺乏相应的国家标准。目前各大酒店往往参考洗涤业管理办法和个别地方标准进行布草洗涤的管理规范。而“一客一换”的布草更换,尚无明确的行业制度,大多为各大酒店集团的自我规范要求。

特步上半年赚近 4 亿 将关闭百家低效门店

8月22日,特步国际控股有限公司发布了 2018 年度中期业绩报告。

报告显示,2018 年上半年特步收入上涨 18.1%至 27.3 亿元人民币,净利润上涨 20.9%至 3.75 亿元,毛利率为 43.7%。特步表示,业绩上涨主要是由于在 2017 年末和 2018 年初寒冬天气的影响下,服装产品收入贡献有所增加,此外,电子商务渠道的收入贡献提升,期内占集团总收入的 20%。而在去年同期业绩中,在各个体育用品品牌营收利润双双上升的背景下,特步业绩下滑格外显眼。特步在公布的上半年业绩中称,由于 2017 年上半年广告及推广费用恢复至占收入 12.2%的正常水平,净利下滑 18.4%;同时由于特步儿童部门重组,集团收入微降至 23.108 亿元。

据悉,特步于 2017 年底即将完成三年战略变革,基本完成了销售渠道扁平化至更优化模式,其中约 60%的店铺由特步独家总代理直接经营,其余则由加盟商经营,有效地掌控了特步整个零售渠道。其中,特步儿童部门在 2016 年和 2017 年经历了重大重组,已重新部署整合了特步成人部门资源,截至 2017 年 12 月 31 日,特步儿童销售点维持 250 个。

截至 6 月底,特步全国运营约 6035 家门店,新装店铺占总门店约 65%,唯计划净增门店数量有限,因新店面积较大,整体零售面积增速高于店铺增速。今年计划净增 165 至 265 家达 6200 至 6300 家,集团主席丁水波称会关闭约 100 家低效门店,开店计划以二三线城市和购物中心为主。(刘晓悦)

海南电网公司出台领导 人员季度业绩考核评价 方案

近日,海南电网公司出台《公司领导人员季度业绩考核评价方案》(以下简称《方案》)。

《方案》考核对象为该公司本部部门、直属机构负责人,各供电局、直属分公司领导班子成员。考核坚持以业绩为导向、体现差异、有效激励的考核原则,对党建、党风廉政、安全生产责任到位过程等内容进行考核。考核结果分为 A、B1、B2、C、D 等级,与领导人员月度绩效工资挂钩。

据介绍,此次考核与以往不同的是,考核内容更全面,坚持把政治标准放在首位,将党建责任制、党风廉政建设、组织绩效和个人绩效考核、安全生产责任到位过程考核纳入考核体系中,客观全面评价领导人员工作业绩,并加大对党建责任制、个人党风廉政建设考核的权重;考核指标更加细化,坚持体现差异的原则,注重分析把握不同领域、不同业务、不同级别干部的特点,解决“上下一般粗”“左右一个样”的问题;激励与约束并重,针对以往考核评价结果“考用脱节”等问题,强化考核评价结果的综合运用,把考核结果作为选拔任用干部和整治不担当、不作为问题的重要依据,与奖金、评先评优和干部能上能下“三挂钩”,让真干假干不一样、干多干少不一样、干好干坏不一样。(南宝)



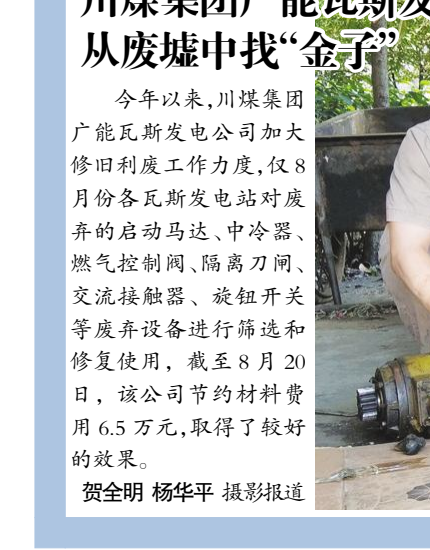
消费者也无从知晓自己亲密接触的床单、被套、毛巾等酒店布草是否经过了规范的洗涤和更换流程。

“净放芯”实现了酒店布草的智能管理,通过将物联网技术的 RFID 芯片与移动互联网的二维码相整合,形成了两网合一、两码合一的一体化智能芯片,并与云端平台数据相连接,让每一件酒店布草都有了唯一的“身份标识”。

按照“净放芯”项目标准,新的酒店布草在使用前将嵌入专属的“净放芯”智能芯片,并通过净放芯信息管理系统录入布草信息,即可跟踪布草从酒店到水洗厂再回到酒店的全流程。

“净放芯”布草经水洗厂完成洗涤后,相应状态将在云端平台被更新为“已清洗”,而后配送回各大酒店供工作人员更换至每一个房间。消费者入住后,扫描布草上“净放芯”智能芯片上的二维码,即可查询云端的布草信息,包括第几次扫描等。看到手机提示后,即可放心使用。消费者退房后,酒店将整理和收集布草送往水洗厂,此时云端平台会将布草状态更新为“待清洗”,一直到洗涤、熨烫等环节完成后,再恢复回可使用状态。

“净放芯”打通酒店更换布草和水洗厂洗涤的全流程,可以跟踪布草流转的每一个环节,并将布草信息实时同步到平台。通过“净放芯”,酒店可以为消费者提供“手机扫一扫,即知床单换没换”的清晰感知,并可以帮助酒店管理每件布草的清洗次数、存储定位等信息,实现全面的布草智能化管理。



从生产型向技术服务型转变 华菱精工深挖加装电梯市场

■ 黄群

制造业是富国之器,安邦之基。地处中部的安徽,借助毗邻江浙沪的地域优势,成为承接长三角产业转移的桥头堡。《证券日报》记者日前走进全球对重块、新型补偿缆最大供应商华菱精工,独家专访了董事长黄业华请他对产业发展形势、企业发展未来发表看法。

今年上半年,公司实现营业收入 39894.31 万元,同比增长 44.81%,主要是客户订单比率增加,部分客户业务恢复,车库钣金件增加等因素,促进了销售的增长;实现净利润 3132.95 万元,同比基本持平,主要受制于原材料价格一直处于高位,导致利润没有同比率增长;公司期末净资产达到 65805.77 万元,同比增长 97.64%。

面对上市后取得的成绩,黄业华并不满足。在他看来,公司上市并不是终点,而是更高的新的起点,要对所在的行业始终保持敬畏之心和忧患意识。“现在制造业日子并不好过,大部分工业品的毛利都在不断下降,(华菱精工)只有不断扩大销售才能保持利润增长,这就要求我们不仅要扩大原有的电梯配套产品市场,也要培育新的利润增长点。”黄业华告诉记者。

深挖加装电梯市场

近年来,华菱精工加大推进新品开发、产能布局调整以及装备升级,不断推广新产品,拓展钣金领域业务,配套重要客户,重点建设安徽宣城、广东广州、重庆等生产基地,产能规模、产品配套能力显著提升,对重块产品继续保持市场优势地位,各类钣金件业务发展迅速,企业综合实力明显增强。

“净放芯”打通酒店更换布草和水洗厂洗涤的全流程,可以跟踪布草流转的每一个环节,并将布草信息实时同步到平台。通过“净放芯”,酒店可以为消费者提供“手机扫一扫,即知床单换没换”的清晰感知,并可以帮助酒店管理每件布草的清洗次数、存储定位等信息,实现全面的布草智能化管理。

酒店是一个服务基因很重的行业。此次在西安落地的“净放芯”项目,正是以科技创新助力酒店服务升级的一次创举。通过“净放芯”打通酒店更换布草和水洗厂洗涤的全流程,可以跟踪布草流转的每一个环节,并将布草信息实时同步到平台。通过“净放芯”,酒店可以为消费者提供“手机扫一扫,即知床单换没换”的清晰感知,并可以帮助酒店管理每件布草的清洗次数、存储定位等信息,实现全面的布草智能化管理。

科技创新助力服务升级 用“芯”让消费者放心

酒店是一个服务基因很重的行业。此次在西安落地的“净放芯”项目,正是以科技创新助力酒店服务升级的一次创举。通过“净放芯”打通酒店更换布草和水洗厂洗涤的全流程,可以跟踪布草流转的每一个环节,并将布草信息实时同步到平台。通过“净放芯”,酒店可以为消费者提供“手机扫一扫,即知床单换没换”的清晰感知,并可以帮助酒店管理每件布草的清洗次数、存储定位等信息,实现全面的布草智能化管理。

不过,从供需关系来看,当前电梯市场供大于求已是不争的事实。黄业华向《证券日报》记者表示:“(电梯配套产品)毛利总体来说是下降的,整梯厂市场供大于求,加上重块、钣金、补偿缆这些产品的原材料一直在上涨,这些因素都给公司盈利带来不小的考验,所以公司必须要继续降低成本,深挖市场。”上市后的华菱精工正谋求从生产型企业向生产技术服务型企业转变,这也是黄业华对全体员工提出的新要求。这位掌舵人认为,只有贴近客户,并提供模块化的产品,才能有效降低成本,提高企业竞争力。为此,华菱精工今年将增加对重块、补偿缆的布点,把公司触角延伸至大部分整梯厂。黄业华表示:“下半年公司将重点开发重庆市场,目前正在增资重庆澳菱,通过迅速整合重庆澳菱生产和市场资源,并在此基础上通过改扩建升级,加强配套能力,充分发挥制造、渠道及区域市场优势,这样我们的运输成本、安装成本才会降下来,最终用户将得到实惠,从而加快公司在西南市场的布局,提升在西南市场服务核心客户的综合能力,最终形成现代化、多功能、综合性的西南生产、服务基地。”

为适应电梯行业市场发展,公司密切关注行业新趋势,作为积极推动我国老人社会服务的公益性、福利事业发展的重要措施,旧楼加装电梯将成为电梯市场发展的重要推动力之一。

权威数据显示,目前,旧楼加装电梯已经在北京、上海、广州等地进行试点并将逐步在全国普及。2016 年,先后有浙江、广州、南京多地出台《既有住宅加装电梯实施办法(意见)》。

业内人士预测,从全国来看,一旦大范围启动,既有建筑改造需要的电梯总量每年至少保持在 10 万台以上,市场潜力巨大。华菱精工已将目光放限于加装电梯市场,研发加装电梯模块化平台等项目。这是一片蓝海,是未来应该深挖的富矿。

随着传统整梯厂市场的不断开发和日趋饱和,上市后的华菱精工开始谋划智慧立体车库配套钣金项目。从华菱精工披露的半年报可以看到,今年智慧立体车库的经济效益较好,主要在于车库钣金件业务的持续快速增长。据黄业华介绍,“华菱精工智慧立体车库项目目前主要给深圳怡丰、安徽马钢等厂家停车库做钣金件配套,并已具备部分库型的制造、安装、改造维修能力,已获得 1 项实用新型专利及两项车库专利的普通许可。同时,公司还持续研发新款型,以满足更多客户需求。”

“从资本市场的角度出发,华菱精工不排除并购别的企业,遇到好的机会一定会去谈。”黄业华对此信心满满,其向《证券日报》记者表示:“加装电梯的市场未来会非常大,我们不仅要给大的整梯厂做配套,还要跟品牌公司合作,做 ODM(原始设计制造商),争取做到轿厢和门机框架。现在停车库是困扰城市发展、人民生活的大问题,智能车库市场的发展我们也很看好,会持续关注并加快研发速度,早日实现突破。”

“华菱精工将始终坚持‘创新奠定基业,服务成就未来’,创新是企业发展之本,我们将一如既往地,力争走在市场前沿开发新品开发市场,保持企业核心竞争力,增加企业利润增长点。”黄业华如是说。

“净放芯”打通酒店场景内人与物的信息互联,提高酒店内服务环节信息透明化,从而让消费者住得更放心。

目前,“中国绿色饭店-净放芯项目组”已经启动中国首个酒店布草管理国家标准的申请。本次“净放芯”率先落地西安,已经与包括 H 连锁酒店、加利利连锁酒店、万爱酒店、小憩驿站等在内的超过 50 家酒店,以及西安巨峰水洗厂、云之鹤水洗厂、亚泰水洗厂等达成合作。这些酒店与水洗厂将共同率先执行“净放芯”标准中对于布草洗涤和更换的规范要求,为消费者打造放心客房。

同时,美团酒店成为“净放芯”唯一授权合作的酒店预订平台。美团 App 将为“净放芯”合作酒店提供“一客一换”专属标识,方便消费者选择并预订。美团酒店高级顾问冯洁表示,美团酒店已经是中国预订入住间夜量最大的住宿服务平台,仅 2017 年,美团酒店全年入住间夜达到 2.05 亿。美团酒店希望通过与“净放芯”这样的科技创新项目合作,共同去改善和提升消费者住宿服务体验。

西安具有丰富的旅游资源和良好的商业环境,时值 8 月下旬,也即将迎来各大高校入学、中秋及国庆黄金周等酒店预订高峰。“净放芯”在帮助更多消费者享受到更加安心的住宿体验的同时,亦将加速推动酒店行业科技化、智慧化的革新进程。

有业内专家认为,“净放芯”将改变以往消费者对酒店布草洗涤标准和“一客一换”制度的认知情况,满足“住得放心”这一酒店住宿本质需求。“净放芯”智能布草管理方案还将帮助提升酒店行业内部的信息化程度,通过物联网、移动互联网等科技创新和服务创新,实现“一客一换”等酒店服务的制度化、规范化、透明化,并让消费者切实体验到干净、放心的住宿新体验。(安莲)



前排为褚时健及夫人马静芬,后排为考拉看看创始人 & CEO 马玥。

为褚时健写书, 从出版物起步做文化 IP 运营 “考拉看看” 获数百万万元天使轮融资

近日,内容创作、运营平台“考拉看看”宣布已于今年 4 月获得数百万万元天使轮融资。

据了解,考拉看看比较特别的是,它跳出已成红海的 2C 内容创业,转而从服务 B 端、G 端(政府)切入,从商业写作切入,为名人、企业、政府提供出版物的撰写、出版、运营等服务,能较快实现盈利,同时聚集了一批有深度写作能力的图书作者、编辑团队,以图书为核心放大 IP,延展 2C 的知识付费、自媒体、漫影游开发业务。据考拉看看创始人马玥提供的数据,考拉看看累计出版上百部财经金融类书籍,2017 年营收 1000 万元。

考拉看看成立于 4 年前,创始人 & CEO 马玥表示,创业以来他们将一将媒体内容形态的迭变方向,从 20 世纪中期传媒业诞生以来,基本遵循着“信息—体验—知识—价值—信仰”的路径发展。当信息和内容属性的自媒体过度繁荣,知识付费用通识性课程割韭菜,市场和消费者对深度、系统性知识的需求,是在逐渐唤醒。对应这种需求,他们选择从更体系化、结构化的书籍出版做起,以此为 IP 源头,和内容源深度合作,成为他们的“内容经济人”。2B、2G 的一端,作为文化运营商,考拉看看帮名人、企业、政府做文化战略规划、文化力打造,出版书籍,每本书能拿到数百万的创作、运营、品牌费,这部分的营收占公司总营收的 80%。2B、2G 也有助于形成品牌效应,来带动公司的品牌影响力。

在这一端,考拉看看也会根据内容源规划一系列的出版物,比如他们陆续策划出版了褚时健系列图书,包括《褚味人生:褚时健传奇》、《褚时健管理法》等 5 部作品,中国金融界专家曾康霖教授系列图书,《知行金融:曾康霖》、《读懂中国金融》、《曾康霖学术思想考》等系列书籍。由于是深度内容挖掘与运作,合作周期较长,签约期一般在 20—30 年,此后的衍生品开发、相关内容形态的运营会是一个长尾的生意。这就牵扯到了 2C 的一端,这也是考拉看看的流量入口。至今他们签约了上百位专家型学者,合作中,考拉看看为签约者规划个人定位,把访谈、素材产品化,产出书籍、知识付费课程、线下演讲及授课等内容形态。

以签约的行业专家何志成为例,他原是中国农业银行总行高级经济师,在金融行业有十余年从业经验,考拉看看最初为其策划推出《人民币改变世界》图书,还为其运营了一门讲外汇投资的微信课程。课程在七个学习群内进行,课程每周一期,平均每期有 200 多位学员参加,价格为 100 元/期,全年课程 3800 元,至今已经举办 111 期。

分析起来,首先考拉看看的全链条运营能力,它来自三方面:其一,渠道资源,创始团队有 200 多家出版机构资源,100 多家影视游戏开发资源,能够支撑内容价值层层放大。其二,2B、2C 的商业模式,能够支撑其快速回收成本,形成稳定的现金流,进行后续内容开发。其三,组织架构的打磨。图书出版是一项高人力成本、慢工出细活的过程。考拉看看签约了 100 多位财经作者,公司有 20 多位全职作者,工作以内容产品为导向,每本书由 2—4 人的项目组来跟进完成。

其次,从内容设计阶段就和出版社、音频平台定向合作、征集平台反馈意见,作品一开始就是为市场而生的。每个图书项目,由项目负责人把控外部市场,负责衍生产品的定位和开发,执行端负责销量的提升。原创作者、编辑也分领域,成为各自赛道的专家。

因此,考拉看看团队虽然一共只有 30 余人,但效率、周转率有所提高。过去的人效大概是一年能写两本书,现在最快一个月能出一本书(不过项目不同,开发周期从数月到两三年不等)。考拉看看创始人 & CEO 马玥,媒体人、财经作家,曾参与《鬼吹灯》系列的编辑策划,2006 年参与最早一批网络文学作品孵化、运营,在相关领域有十余年经验和资源沉淀。

就行业趋势而言,知识付费产品的出现,普遍被业内视为出版行业的第二次变革,考拉看看则又往前回溯了一步,从出版物起步,做内容经纪人,试图进行知识 IP 的进行全链条开发。和其他出版传媒公司比,果麦文化的版权运营偏重于影视 IP。考拉看看现阶段则从 B、G 端为入口,重心在内容产品,更长链路的衍生品尚未深度开发,C 端业务有待探索。据悉,考拉看看已启动新一轮融资。(茉莉小)