助力打造高铁游示范城市 携程集团与黄山市达成战略合作

4月20日,携程集团宣布与安徽省黄山 市人民政府达成全面战略合作,携程集团 CEO 孙洁与黄山市人民政府市长孔晓宏共同 签署了战略合作协议, 携程集团执行董事局 主席梁建章出席签约仪式。

根据协议内容, 双方将围绕把黄山打造 成"中国高铁旅游示范城市"的目标,加速黄 山市智慧旅游建设和旅游文创产品的开发推 广; 助推入境游, 优化黄山旅游市场客源结 构;联合推动徽州精品民俗、民宿集群和休闲 农庄示范工程;共同建设旅游人才培养平台, 为塑造黄山国际化旅游品牌形象添砖加瓦。

签约仪式期间, 黄山市市委书记任泽锋与 携程执行董事会主席梁建章、携程集团 CEO 孙 洁进行了亲切交谈,黄山市市委宣传部、市文化 和旅游局、市投资促进局等部门相关负责人,携 程集团CMO孙波、携程集团副总裁王玉琛、携 程集团副总裁、政府合作及线下市场业务 CEO 王韦等共同出席了签约仪式。

杭黄高铁促进黄山旅游发展

近几年来,高铁旅游持续升温,这一方面 得益于旅客旺盛的出行需求,另一方面也得 益于国家对于高铁路网建设的加大投入,与 此同时,一批特点鲜明的高铁旅游线路的开 通,成功缩短了各城市之间的距离,也让"快 旅慢游"成为现实。

而这其中, 黄山就是非常具有代表性的 高铁游目的地之一。根据携程曾公布过的相 关数据,2018年12月杭黄高铁正式通车后, 黄山旅游也随之迎来爆发式的增长:2019年 春节7天乘坐杭黄高铁前往黄山旅游的总人 次是通车第一周(2018年12月25日-2019年 1月1日)的3倍以上,杭黄高铁对黄山旅游



的带动效应可见一斑。

正如携程集团执行董事会主席梁建章在 签约仪式所谈到的,高铁游的重点,就在于 "三小时经济圈",正是因为杭黄高铁的通车, 上海、杭州、南京的很多旅客就会把黄山列入 了周末或小长假出行的目的地。而且高铁旅 游特别适合长周末,也就是1-3天的旅游,高 铁的舒适性也更适用于家庭类的旅游。

梁建章还认为,高铁的发展同样需要旅 游的带动。"是像黄山这样的目的地,拥有得 天独厚的风景,作为安徽的地级市,本身就皖 浙赣三省的交界处,具备机场、火车、高铁硬 件条件,再加上绝美的风景,对当地发展和高 铁行业的发展都是极大利好。"

同时,携程集团 CEO 孙洁在签约仪式上 也表示: "杭黄高铁与黄山旅游之间是相互促 进的,携程将帮助黄山市一起利用好这条高 铁线路,为将黄山打造成'中国高铁旅游示范 城市'而共同努力。"

国际化目的地影响力提升

作为蜚声国际的旅游目的地,"中国黄山

人间仙境"的宣传口号已是中国风景名胜走 向世界的名片之一, 黄山旅游市场对外开放 程度正在逐年扩大。本次合作中,携程也将利 用自身营销优势,助推黄山旅游实施"品质革 命",进一步扩大"梦幻黄山 礼仪徽州"城市

品牌的国际影响力,致力于将黄山市打造成

世界一流的旅游目的地。

在签约仪式上,梁建章谈及,像黄山这样 的国内旅游景点对于国际游客也有非常大的 吸引力,携程联合黄山这样的优质旅游资源, 不仅可以共同促进当地旅游水平的提升,还 同样是对中国旅游发展的利好。

黄山市古称"徽州",是皖南地区独特的 历史文化单元。坐拥卓越的口水资源、博大精 深的历史文化资源,黄山是吸引游客前来的 理想目的地之一。梁建章表示,依托厚重的徽 文化资源,是黄山推进文化与旅游深度融合 的机遇,携程也将参与其中,助力扶持培育旅 游业态新亮点。

全面赋能当地产业提质增效

旅游是黄山市的经济属性, 黄山风景区

■ 本报记者 李代广

河市第二实验小学, 双汇公共关系中

心相关负责人接过"大河报小记者研

学基地"牌匾,宣告双汇正式成为该团

到双汇第一工业园参观采风, 先后参

观了双汇冷鲜肉生产线和肉制品生产

线, 共同探索和见证双汇美味产品的

记者代表们在认真聆听讲解员讲解的

同时,积极提问,并快速做笔记,了解

体组织研学实践基地。

4月20日上午八点,在河南省漯

随后, 小记者代表团和家长们来

在冷鲜肉分割车间参观走廊,小

举世闻名,而如宏村、徽州大峡谷、黟县古村 落等景区也闻名全国。

杭黄高铁所形成的黄金旅游走廊为黄山 旅游的发展提供了极大的助力,但同时对黄 川当地旅游配套设施的建设提出了更高的要

签约仪式后,携程集团执行董事局主席 梁建章、CEO 孙洁及其他携程集团高管一行, 在黄山市毕普民副市长、市投促局李胜利局 长等领导的陪同下,前往了位于黄山市黟县 的南屏村考察,南屏村位于安徽省黟县西南, 是一座有千年历史、规模宏大的古村落,因 《菊豆》、《卧虎藏龙》等多部著名影片在此拍 摄,被称为中国影视村。

当得知南屏村正在大力发展乡村民宿 后,前往其中几家民宿,与民宿经营方进行了 亲切交流,解答如何把民宿放到平台上售卖, 通过平台巨大的品牌吸引力和流量拉动力全 面促进南屏民宿产业的发展,推动乡村振兴 的全面实施。

根据双方协议,携程集团还将在推进黄 山智慧旅游建设、旅游文创产品开发、徽州精 品民俗民宿集群和休闲农庄示范工程建设等 方面与黄山市政府协同配合;此外,携程还将 搭建旅游人才培养平台,为黄山市培育出一 批优秀的旅游业人才,促进黄山旅游业的长 久、可持续发展。

据了解, 携程集团政府资源合作部已经 和超过300个目的地达成合作协议,未来在 与黄山合作的过程中,将与黄山市政府一同 分享发展过往经验、数据,以黄山高铁游为核 心,共同挖掘黄山旅游业的未来发展潜力,带 动黄山在智慧旅游、民宿建设、综合旅游平台 等多方面建设。

了许多新知识;在肉制品生产车间,小

记者们参观了生产线和产品展厅,了

解了双汇逐步发展壮大的历程,现场

平常吃的双汇烤香肠和玉米热狗肠并

不像想象中那么简单,原来一支合格产

品的诞生要经过这么多程序,还要经过

厂透明化办企业"的方针,以为消费者

提供安全放心的食品为己任, 积极接

受消费者、政府、媒体、学校、民间团体

的参观和监督,始终做消费者值得信

任的肉类品牌。

很多检验环节才能到达我们手中。

一名小记者现场表示,没想到我们

一直以来,双汇秉承"开放式办工

观看并品尝了丰富多样的双汇产品。



聚力电动 共赢未来 壳牌强势讲军 电动汽车领域 完整解决方案全球领先

近日,由中国汽车工程学会携手战略合 作伙伴壳牌(中国)有限公司主办的第十一届 国际汽车变速器及驱动技术研讨会在上海举 行。本次研讨会在继续探讨汽车变速器技术 升级的同时,更加聚焦电动汽车市场的创新 产品、技术以及完整解决方案。针对当下能源 低碳化、动力电动化的发展趋势, 壳牌发布 E-Fluids 系列电动汽车专用润滑油品牌及 完整解决方案,强势进军 EV 领域。

随着混合动力和电动汽车的兴起, 主机 厂正面临着汽车行业历史上前所未有的工程 和设计变革及挑战。如何提高电动汽车的安 全性、稳定性、持久性,制造出更先进、性能更 好、性价比更高的混合动力汽车和电动汽车, 成为众多主机厂追求的目标。百年来,从传统 能源到新能源, 壳牌始终与全球及中国汽车 产业一同成长,与合作伙伴共同拥抱变革,共

壳牌全球 B2B 业务市场总经理 Troy Chapman 在壳牌主办的主题为"分享洞见· 共赢未来"的汽车产业发展沙龙上分享了壳 牌进军电动汽车领域的决心及背后的思考。 他指出:"中国在电动汽车领域优势明显,电 动汽车的产量及销量均远超全球其他市场。 无论技术研发、产品创新,壳牌始终凝聚全球 技术及生态影响力,积极关注并参与中国汽 车产业的变革和创新,并通过丰富的产品组 合及全球领先的完整解决方案,满足电动汽 车行业不断发展的需求。在这里,我特别希望 能与行业专家、媒体共同分享和推动包括中 国市场在内的全球电动汽车的未来。"

作为世界领先的润滑油供应商,壳牌是领 先于市场推出诸多突破性技术及产品的公司。 壳牌依托在传统变速箱油领域的技术积累、领 先优势, 以及与主机厂广泛而深入的合作经 验,以前瞻性的眼光,发布了专用于电动汽车 的壳牌 E-Fluids 系列润滑油品牌, 走在了为 最新电动汽车设计完整解决方案的前沿。

壳牌是全球最大的润滑油生产商和供应 商之一,也是中国排名第一的国际润滑油生 产商和供应商。壳牌中国 OEM 业务销售总 经理张磊在 E-Fluids 系列润滑油品牌发布 仪式上说道:"身处中国电动汽车发展浪潮之 中,我感到非常荣幸与骄傲。我们期待与中国 汽车行业并肩而立, 在历史性机遇中共赢发 展新生机。'

此次壳牌发布的 Shell E-Fluids 系列润 滑油品牌专为电动汽车设计。在满足业内主 流标准的同时,以领先科技和专业研发保证 油品在"润滑效果、散热性、抗泡性、电气性 能、抗腐蚀性、抗氧化性"等方面表现优异,更 精准匹配电驱动系统的核心需求。此外,壳牌 凭借完整领先的解决方案、丰富的技术管理 经验,以及全面专业的服务团队,致力于为电 动汽车客户提供最佳的产品及服务。

上海电网"多站融合"

4月15日,位于上海浦东张江科学城内

的 35 千伏殷家浜变电站"多站融合"示范工

程正式开工。预计今年年中竣工时,殷家浜变

电站将在传统变电站的基础上,融合数据中

心和储能站的功能,形成能源流、业务流、数

据流"三流合一"的泛在电力物联网典型应用

兆瓦时的储能设备,投运后可有效进行削峰

填谷,使殷家浜变电站主变最高负载率从目

前的重载状态降至70%左右,同时提升地区

电网供电能力。数据中心本期配置 24 台服务

器柜,投入应用后,主变油位、红外温度、暂态

电压等大量设备状态信息将由终端采集,并

以数据形式上传至中心进行储存并加以利

用。此外,数据中心还可以提供服务器租赁,

此次改造同步预留一座 5G 基站铁塔和 6面

通信屏位,打出"变电站+储能站+数据中心"

并配套 5G 基站的"组合拳",为建设泛在电

力物联网和拓展综合能源服务提供有效的资

不变,将通过修改通用设计对原站进行合理

改造, 使原本需要三处选址的建筑用地压缩

据介绍,本次改造保持现有变电站规模

配合储能站和数据中心, 殷家浜变电站

支撑综合能用服务相关业务开展。

源和手段。

储能站本期配置容量为 3.78 兆瓦/7.65

示范工程开工

去年净利润下滑三成 361°全力克服转型阵痛

36岁的361°并不安于中年式的稳定,努 力想给自己贴上年轻的标签,提升品牌形象, 不但发力赛事赞助,甚至瞄准了电竞行业。不 过,2018年的这份成绩单并不好看。同为国民 运动品牌,李宁已经成功进军时尚领域,向潮 牌步步迈进。安踏 2018 年度收益上涨 44.4%, 毛利翻了50%,成绩相当亮眼。361°的脚步则 显得有点慌乱。

年报显示,361°营收为51.9亿元,比上年 度的51.6亿元略有增长,但归母净利润却仅 为 3.03 亿元,同比下滑 33.5%。同时,毛利率、 经营盈利率和每股盈利率都遭遇了大幅下 滑。2018年度,361°集团执行了全新的物流管 理方案,交付时间表也随之变化。公司还主推 品牌重塑,大幅增加了广告及宣传开支,但都 收效甚微。这究竟是民族企业转型附带的阵 痛,还是企业自我认知不清晰导致的方向性

加大力度营销

361°近年来在营销上一直大手笔,尤其着 力大赛营销,借助大型赛事赞助提高知名度。 数据显示,2017年公司广告宣传占收益的百 分比是 9.8%, 2016 年则是 11.4%。这背后与大 型赛事的营销相关,2016年361°成为奥运会 官方二级赞助商。

年报披露,2018年361°的广告宣传支出 为 5.57 亿人民币,占集团总收益的 10.7%。而 2018 中期报告中,361°的广告及宣传开支仅 比上年上涨 1%,达到 2.6 亿元。这意味着,大 笔的广告宣传开支来自下半年。

2018年8月,雅加达亚运会召开,361°是 官方合作伙伴。同时,它还是中国游泳队的赞 助商,更是单独签下了世界冠军孙杨。361°与 代言人孙杨的合作始于2011年,其间孙杨与 361°的商业价值都水涨船高。

尝到甜头的 361°开始拓展新的合作方, 并将目光瞄准了电竞行业。2018年3月,361° 开始了与电竞团队 QGhappy 的深度合作,并 将队伍里的一位电竞选手作为火炬手送到雅

去年361°集团执行了全新的 物流管理方案,交付时间表也随之变 化。公司还主推品牌重塑,大幅增加 了广告及宣传开支,但都收效甚微。 这究竟是民族企业转型附带的阵痛, 还是企业自我认知不清晰导致的方 向性错误? 不转型可能会慢慢死,转 型可能也不好活,也许这正是民族品 牌需要付出的成长的代价。

加达。

随后,公司加大了营销力度,将目光投向 了潮流市场, 并在 2018 年 10 月签约新晋代 言人谭维维。截至 2018 年底,361°的品牌代言 人多达14位,贯穿体育圈和娱乐圈,向中高 端市场进发的意味明显。

但这一步棋走得是否精准还有待观察,毕 竟 361°在产品上似乎并未如李宁和安踏一样, 做出实质性的创新来迎合时尚群体的消费习 惯。仅靠代言人的号召力度,或许远远不够。

虽然 361°大力推广"品牌重塑计划",想在 把握住下沉市场的基础上, 拓展中高端客户。 总体来看,短期内扭转消费者的品牌印象并非 易事。此前,361°对于下沉市场的发掘已初见 成效。二孩政策开放以来, 童装市场繁荣, 361° 抓住时机率先切入中低价位市场,2018年度的 平均每件童装销售价格仅为67.9元。

电商业务成拖累?

361°在电商平台的薄弱已经众所周知。不 断削减门店数量, 电商渠道的打通速度却跟 不上,使得361°进一步陷入不利境地。

2014 到 2018 五年间,361°的营收及净利 润貌似始终稳定,但在业务面上,这家老牌体 育用品厂商却一直在削减门店数量。从2016 年的 6357 家,削减到 2018 年的 5539 家。



双汇成为大河报小记者研学基地

迎接"小红帽"参观采风

2018年,361°对于电商平台的投入明显 加大。年报显示,公司付给电商平台的佣金及 其他服务费高达 1.2 亿元, 相较于上年的 8590 万有明显增长,涨幅达到 40%。而有关其 他电子商务的开支也由去年的 4820 万元上 涨到 5780 万元。

361°在年报中表示,集团在2018年4月 下旬与某知名电商平台合作, 执行了全新的 物流管理优化方案。从时间上来看,公司提到 的项目很可能是"天猫智慧门店"。公开资料 显示,2018年上半年,361°与该项目合作,并 将此推广至全国 3000 多家门店。

361°称,此番合作将大大缩短分销商向零 售商交付订单的时间,零售商则能够借此快 速回应市场需求,也有利于集团更好管理销 售渠道的存货水平。这对于361°来讲,并不像 坏事。

但这一举措似乎没能帮上 361°。2018年, 公司存货周转日数为110天,达到了近5年 来最高时长,清库存的任务不但未达到,销售 周期反而被拖长。另一边,有关361°"刷单"的 质疑也接踵而来。

361°方面曾经承认,自己在电商上相对慢 了点,但公司的经营策略相当稳健:"可能慢 一点,但没有犯过错误。"可是在电商时代, 慢,或许已经是最大的错误。当行业竞争者已 经在电商平台站稳脚跟,361°再大举进发,切

业绩复苏或需两年

外部因素也在深刻影响 361°。公司年报 称,业绩下滑的一大因素来自贸易战。出口减 少、工厂减产、工人薪酬受损,这一切都作用 在 361°所瞄准的中低收入群体上,从而影响

不转型可能会慢慢死, 转型可能也不好 活,361°需要付出的代价是巨大的。2017年期 末,公司经营性现金流达到8.3亿人民币。而 到 2018 年末,公司的经营性现金流骤降至 2.9 亿元,应收账款则翻了三倍有余,情况并

早在年报发布之前,国际评级机构标准 普尔就曾对 361°的业绩做出预测:未来 12 个 月内,361°的收入增长将放缓至0-4%,低于 7-9%的市场增速,市场占有率也将进一步流 失。但同时,标普也为 361°的后续发展留出余 地:2020年公司或许能够迎来复苏。

国家体育总局曾预计,到 2020 年中国体 育产业总规模将超过3万亿元。但这3万亿 元中, 在品牌转型和电商渠道都慢人一步的 361°能否分上一块相对大的蛋糕,目前还是未 (詹方歌)

入成本就会变得十分高昂。

了 361°的整体零售市场。

在同一空间,极大地节约土地资源。 负责工程建设的上海浦东供电公司已申

报 "多站合一应用场景和价值拓展研究""融 合关键技术及示范"等6个配套创新探索课 题,以提升基于泛在电力物联网的各专业条 线的技术管理能力。