

# 泉源堂布局深圳打造 大湾区健康消费生态集群效应

酵。日前,国内领先的医药健康数字化零售平 台泉源堂宣布收购深圳华美佳医药有限公 司,此举标志着泉源堂全国化布局再下一城, 并结合独立开发的"数据大脑"全面抬升线上 线下数字化服务体验,重新定义广大鹏城用 户的健康消费生活。

此举是耕耘于医药新零售赛道的泉源堂 在 2019 年祭出的线下拓展新动作,此前,泉 源堂已在广州、佛山等地落子50余家智慧药 房,彰显出其持续加码线下拓展的信心,并将 着力打造大湾区健康消费生态集群效应。

#### 布局深圳,泉源堂线下拓展再提速

作为新零售在医药零售行业的创新典 范,泉源堂在成功打造成都这一样板市场后, 相继在广州、西安、重庆、长沙等多地完成新 零售布局,2019年亦成为"3年1000店"蓝图 下的爆破之年,此次收购标志着泉源堂正式 吹响布局深圳的"冲锋号"。

深圳华美佳医药有限公司为深圳本土医 药零售企业,扎根于深圳这座活力之城,旗下 拥有10多家连锁药店,集中分布于深圳各大 核心商圈,本次收购将助力于泉源堂拓展深 圳市场,为夯实泉源堂医药新零售布局的区



域结构, 打造大湾区健康消费生态桥头堡带 来重要支撑,借力于自有信息智能服务体系 及"数据大脑",泉源堂将在深圳快速搭建起 智慧药房线上线下运营体系,塑造"2x7x24健

泉源堂 CEO 陈洲华表示,深圳正迎来粤 港澳大湾区建设重大机遇,其年轻、活力和创 业的特质能更强劲助力于泉源堂为该区域用 户的健康消费推波助澜,线上线下融合有着 先天的优势土壤,"我们将会借助于自有的数 据大脑和虚拟无人机项目洞察用户消费图 景,并基于此做结构优化和服务创新,为深圳 这座城市的创业、工作及生活人群塑造别样 的健康消费场景。"

健康消费生态集群效应的重要桥头堡,本次 收购的门店及资源作为布局深圳的先头部 队,后续泉源堂将通过并购及自建门店的方 式持续做线下拓展,未来泉源堂要在深圳核 心城区建设60家智慧药房,实现全城覆盖。

#### 修罗战场上的泉源堂新零售演义

随着资本和互联网玩家入局, 传统医药 零售行业正成为修罗战场。根据国家药品监 督管理局官网新近发布的《2018年度药品监 管统计年报》显示,截至2018年11月底,全国 共有《药品经营许可证》持证企业50.8万家, 全国零售药店总数在2018年达到48.9万家, 2018年全国药店 3.5 万家的增量创造了 2006 年以来的纪录。

在这一背景下,可以预见的是,随着4+7 带量采购快速推进,以及医药分家、处方药外 流的步伐持续落地,以泉源堂为代表的医药 新零售企业凭借大数据分析、线上线下融合、 陆空一体化专业药学服务等多项优势加持, 通过线下网点区域化、网格式布局吸收健康 消费升级下的新老用户,构建起泉源堂医药 新零售行业护城河。

一个值得注意的现象是, 当传统医药零

自身的互联网基因和差异化打法另辟蹊径, 开启行业新天地。

在全国拓店和效率提升压力下, 泉源堂 重视用户和趋势洞察,以设立于上海的信息 智能中心为依托,集合零售领域大数据采集 和消费分析的众多行业大牛,为用户服务和 门店营运精准赋能,推出数据大脑、虚拟无人 机等项目,建设门店、仓储、中台管理等数字 化解决方案,实现了"把正确的药品和服务在 正确的区间提供给正确的用户"。

作为医药新零售佼佼者, 泉源堂实现了 线上线下全覆盖、24小时营业、30分钟送药 上门、金牌药师一对一、供应链优化、区域仓 配置、互联网医院等多维度切入,截至目前, 泉源堂以药店新锐之姿连续三年入围中国药 店价值榜百强,并与 GSK、阿斯利康等众多国 内外知名药企合作,SKU 达到 28000 种,为上 千万用户带来一站式健康管理全链路服务。

"线下药店布局是我们新零售战略靴子落 地的一部分。"陈洲华表示,泉源堂将步履不 停,持续加码线下拓展,并以新零售旗舰店 和智慧药房两种形态示人,在3年内完成对 全国核心城市布局 1000 家智慧药房这一计 (北国网)

贝壳找房 位居房产服务行业之首

作共赢的行业正循环生态。

贝壳找房深耕房产

助行业升级提速换挡

近日,"中国高成长企业发展论坛"在京

作为科技驱动的新居住服务平台, 贝壳

举行,《2018年中国独角兽企业研究报告》发

布,贝壳找房荣登榜单,排名位居房产服务行

找房通过聚集和赋能全行业的优质品牌和服

务者,推动行业服务品质提升,初步建立了合

服务行业

202 家, 总估值 7446 亿美元, 平均估值 36.9 亿美元。其中,贝壳找房位居前十。 从行业领域看,2018年中国独角兽企业

报告显示,2018年中国独角兽数量达

共分布于22个行业,其中房产服务领域独角 兽仅11家,贝壳找房排名位居行业之首。

独角兽企业是指创业十年左右,企业估 值超过10亿美元的创业企业,具有发展速度 快、稀少等属性,不仅需要雄厚的技术基础, 更需要推动行业和社会进步。

以房产服务领域为例,贝壳找房诞生以 来,截至今年4月初,贝壳已进驻全国98个 城市,入驻合作新经纪品牌超过160个,连接 超过 2.1 万家经纪门店, 服务经纪人超过 21 万。通过贝壳找房交易的房屋,平均每10单 交易有7单是跨店成交,其中一单交易最多 由13个经纪人协作完成。通过行业合作,直 接提升了服务品质,推动行业效率提高,也让 消费者的体验得以大幅提升。

#### 助行业升级提速换挡

独角兽是推动新旧动能转换、新经济崛 起的重要力量。

新一轮技术革命呈现多领域、跨学科、群 体性突破的新态势,以新技术、新产业、新业 态、新模式为核心的新经济加速崛起,独角兽 企业作为新经济改造旧动能、激发新功能的 典型代表,引领新旧动能转换提档换速。

"新旧动能转换,在贝壳找房过往的一年 里,也有所验证",壳找房副总裁左东华表示, 贝壳找房所在的居住服务行业是一个相对传 统的行业, 也是衣食住行中数字化和线上化 程度相对较低的行业。贝壳正是发现了行业 痛点,致力于从根本上为百姓提供高品质的

贝壳找房不断投入数字化基础设施建 设,包括住房的基础数据、相关机构和经纪人 的信用数据,以及经纪行业周边业态的数据 等,自上线以来,贝壳找房依托大数据和产品 技术能力,打造了房屋智能评估系统、VR看 房、交易流程可视化、房屋迁徙系统等。通过 重构交易服务流程,建立高水平的新经纪服 务生态——服务标准更高、用户体验更优、行 业更健康、经纪人更有尊严,携合作伙伴全面 推行品质承诺,客户服务体验得到提升。

左东华表示,过去一年,贝壳向全行业开 放数据资源和技术能力,通过聚集和赋能全 行业的优质品牌和服务者,为消费者提供了 包括二手房、新房、租赁等全方位的居住服 务,初步建立了品质居住服务生态。

#### 数字化塑造服务制胜的 新居住时代

贝壳找房对入驻商家开放了其近两亿套 真实房屋信息的不动产基础数据库,搭建了 合作网络和更多的业务场景, 拓宽服务者的 生存空间,一方面提供数据、运营体系和技术 层面的赋能,一方面基于真房源来合作。

依托业内最大的房屋信息数据库-盘字典, 贝壳找房拥有 1.87 亿套真实房屋, 覆盖中国 325 个城市 45 万个小区, 重点一 二线城市小区覆盖率 90%。

为改变行业痼疾,贝壳找房创立了 ACN 经纪人合作网络, 打破了行业长期存在的合 作壁垒,即以房源流通联卖为核心的"房"的 合作网络、以跨店成交比管理为核心的"客" 的合作网络和以信用分管理为核心的"人"的 合作网络, 打破了行业长期存在的合作壁垒 和"零和博弈",有效解决了"房"、"客"和"人" 之间的联动难题,实现了协同作业。

新居住时代已经来临,服务品质日益重 要。左东华指出,贝壳找房希望以数字化手段 重塑居住产业互联网。未来,贝壳找房将以行 业基础设施和信用体系建立为基础,实现服 务协作化、服务标准化、服务闭环化,以平台 聚合、推动行业共融共生的商业图景全面展

## 全球总裁"闪辞"引关注 英菲尼迪增长陷瓶颈

近来颇为沉默的英菲尼迪因其全球总裁 "闪辞"引发关注。当地时间5月7日,菲亚特 克莱斯勒集团(简称"FCA")宣布原英菲尼迪 全球总裁克里斯蒂安·慕克被任命为 Jeep 品 牌全球总裁。英菲尼迪随后发布声明确认了 这一消息。而这距离慕克担任英菲尼迪总裁

变动的不止高层人事, 英菲尼迪在全球 市场开始采取"收缩战线"的策略,于今年3 月启动全球业务重组计划,将退出西欧市场, 聚焦中美市场。同时,英菲尼迪希望通过电动 化战略挽救颓势,但能否成功仍存变数。

#### 总裁"闪辞"再遇高层动荡

当地时间 5 月 7 日,FCA 宣布原英菲尼 迪全球总裁慕克被任命为 Jeep 品牌全球总 裁,同时兼任集团执行委员会成员,该任命即 刻生效。

此后不久,英菲尼迪也发表声明称,慕克 "出于个人原因"而辞职。在正式任命新的品 牌负责人之前, 日产汽车首席质量官克里斯 蒂安·范登亨德将暂时接替慕克负责英菲尼

加快在长三角投资布局

与无锡市深化战略合作

团与无锡市政府签署深化战略合作框架协

议,以其快消品版块宜兴现代化饮品生产基

地为依托,在总部经济、绿色饮品、通用航空、

展和长三角区域经济中具有战略意义的地

位。当前,无锡正大力实施创新驱动核心战略

和产业强市主导战略,加快发展以物联网为

龙头的新一代信息技术产业、智能制造、现代

服务业,持续深化与国内外知名企业的战略

资建设了现代化饮品生产基地、钢铁贸易公

司等项目,其中,宜兴经开区华彬饮品生产基

地自投产以来税收贡献已连续四年保持宜兴 市第一,被中国饮料工业协会评为优秀节水

企业,连续几年被宜兴开发区评为安全环保

工作先进集体。在签约现场,无锡市相关领导

对华彬集团长期以来为宜兴经济社会发展作

出的贡献表示感谢。华彬集团在亚太地区具

有较大影响力,"红牛"具有很高知名度和美

誉度。"我非常高兴地看到,经过深入洽谈,双

方在多个领域达成了深化合作意向,希望华

彬集团以此次签约为契机,进一步加强与无

锡的战略对接,拓展合作领域,合力开创投资

据着较为重要的市场地位, 华彬集团表示即

将在无锡宜兴设立华东区域总部来促进各区

域的互动合作,增强一体化发展。华彬集团董

事长严彬表示, 近年来无锡经济社会发展取

得的丰硕成果,以及在奋力攀高中展现出来

的开拓精神,令人钦佩。华彬集团与无锡有着

较好的合作基础,未来将通过对物联网等领

域的深入考察和交流,探寻更多合作的可能。

长三角三省一直辖市在华彬饮品中也占

合作发展新篇章。"

据介绍,华彬集团 2013 年开始在无锡投

合作,为项目推进提供良好的营商环境。

文旅康养等多个领域展开深化合作。

近日,为加快在长三角投资布局,华彬集

无锡被誉为"太湖明珠",在江苏经济发

华彬集团

值得关注的是,慕克此番离职,距离其晋 升为英菲尼迪全球总裁不到4个月。今年1 月8日,日产汽车宣布慕克晋升为英菲尼迪 汽车有限公司总裁,兼英菲尼迪管理委员会 主席,负责管理英菲尼迪品牌以及所有全球 业务。对此,一位英菲尼迪内部员工向新京报 记者表示, 预计全球高层变动暂不会影响中 国市场战略方向。

事实上,自去年年底以来,英菲尼迪高层 变动频繁。2018年12月,原东风英菲尼迪和 英菲尼迪中国总经理陆逸辞职。此后不久,有 消息称东风英菲尼迪执行副总经理雷新也已 离职。今年3月,原东风日产市场销售总部售 后服务部部长毛力民被任命为东风英菲尼迪 和英菲尼迪中国总经理。

#### 退出西欧 聚焦中美市场

除了高层动荡,英菲尼迪的全球战略也 在调整变化之中。今年3月,英菲尼迪宣布了 其全球业务重组计划,将于2020年退出西欧 市场,并将精力转向美国和中国市场。

"英菲尼迪一直难以有效满足严格的欧 洲排放法规和其他监管要求。"英菲尼迪首席 发言人特雷弗·黑尔称,"英菲尼迪在西欧面 对的商业现实是,没有可行且可持续的业务, 尤其是考虑到监管方面的挑战。"公开数据显 示,2018年英菲尼迪在西欧的销量仅为5800

据悉,位于英国的日产桑德兰工厂的生 产将率先受到影响,英菲尼迪将在今年年中 停止生产英菲尼迪 Q30 和 QX30。公开报道显 示,这两款车的销量不如预期。例如,2017年 QX30 在美国的销量为 14093 辆, 而 2018 年 则下滑至 8101 辆。

同时, 英菲尼迪将更多期望寄托于其第 -和第二大市场——美国和中国。根据英菲 尼迪业务重组计划,今后将把更多资源向美 国和中国市场倾斜。未来五年,英菲尼迪将强 化其在美国市场的 SUV 产品线, 并将在中国 投放5款新车。

#### 增长遇阻 押注新能源

然而, 英菲尼迪在美国和中国市场的表

现并不尽如人意。数据显示,2018年美国市场 销量同比下滑 2.7%至 14.9 万辆;英菲尼迪在 华合资公司东风英菲尼迪累计销量为 2.89 万 辆,同比仅微增3.97%。在此情况下,2018年 英菲尼迪全球销量同比下滑 5.2%至 23 万辆。

困境之下,新能源汽车市场成为英菲尼 迪逆转颓势的关键。2018年1月,英菲尼迪宣 布将从 2021 年开始, 推出搭载 EV 电动和 e-POWER 技术的新车型,全面进入"电动时 代"; 预计到 2025年, 英菲尼迪全球销量的 50%将来自电动汽车。其中,截至2022年,英 菲尼迪在中国的产品矩阵将有 25%的车型为 电动车,并将在2025年全面实现电动化。

不过,对于英菲尼迪试图通过新能源汽 车破局,业内却有质疑。一位资深业内人士在 接受记者采访时称, 英菲尼迪的新产品导入 速度一直落后于竞争对手, 这也是其销量滞 缓的主要原因之一。"目前基本上所有豪华品 牌都在针对新能源汽车布局,但英菲尼迪要 到 2021 年才会有第一款电动产品,很难说到 时候竞品会有多少,英菲尼迪的优势会有多

#### | 国酒之窗

## 打造健康文明、昂扬向上、全员参与的 职工文化

### 茅台集团职工文体协会第二届理事会选举产生

5月16日,茅台集团职工文体协会工作 推进会暨 2019 年第一次会员(代表)大会在 茅台会议中心召开。茅台集团副总经理李静 仁、茅台集团总经理助理彭云、仁怀市总工会 主席吕恩出席会议。

会议总结了茅台集团职工文体协会第一 届理事会的工作情况,并对活动中涌现出来 的先进集体和个人进行了表彰。表决通过了 《茅台集团职工文体协会第二届理事会选举 办法》,选举产生了第二届理事会理事、秘书 长、副会长、会长。目前,职工文体协会共有

李静仁指出, 职工文化建设对于全面提 升茅台职工队伍整体素质,维护职工文化权 益、充分调动广大职工在推进茅台高质量发 展过程中的积极性、主动性和创造性具有十 分重要的意义。公司文体协会的成立为广大 职工搭建了锻炼身心的良好平台, 希望广大 职工积极参与,持之以恒,真正融入到健康生 活、快乐工作的氛围中。

对于下一步工作的开展,李静仁强调,按 照习近平总书记"打造健康文明、昂扬向上、 全员参与的职工文化"的讲话精神,把正方向 守定力。自觉接受党的领导,做到在思想上拥 护核心,在政治上维护核心,在行动上紧跟核 心。职工文体协会必须坚持正确的政治方向, 把握好政治导向,通过活动的开展,凝聚起广 大职工的强大正能量;要推进改革强动力。不 断适应新时期职工文化精神需要, 采取有效 措施推动协会的健康发展,持续强化内部革 新,增强内生发展动力,积极探索并推动文体 协会工作向更高层次、更宽领域发展;要坚持 创新增活力,坚持内容创新和形式创新,运用 先进的理念和运作方式, 打造出具有职工文 化活动的品牌;要切实增强吸引力。灵活多样 地开展各类文体活动,坚持工作重心下移、资 源配置下沉,挖掘、推广有特色的文体项目,







树立典型,创作一批职工文化艺术精品,做好 示范引领。持续推进协会制度化、规范化、科 学化建设工作, 让广大职工在参与文体协会 的活动中找到归属感、成就感和幸福感,充分 感受到公司的关怀。

第二届理事会会长彭云在会上作表态发 言。他说,我将尽我所能,任劳任怨,为协会的 发展努力工作。在加强组织建设,增强会员归 属感;强化内部管理,增强会员获得感;突出 发言。

品牌引领,增强会员幸福感等方面下功夫。不 遗余力,带领新一届文体协会理事会全体人 员和各分协会组织,开拓创新、感恩奋进,不 断适应新常态,激发新动力,更好地满足职工 精神文化需求,为公司职工文体事业的繁荣 与进步, 为助力茅台千亿之路的高质量发展 贡献自己的一份力量。

会上, 优秀分协会和优秀会员作了交流

(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿) (中新网)

### 就具体投资安排,除了优化扩容华彬集 团在宜兴饮品基地的作用,接下来,华彬集团 将在无锡布局饮料无人售卖机生产项目;充

代服务业项目。 (中新网)

分利用通航产业资源优势,设立环太湖地区 通航基地;发挥华彬文旅集团品牌优势,在无 锡布局康乐养生、户外休闲、直升机旅游等现