“华龙一号”全球首堆开始装料

生态环境部副部长、国家核安全局局长刘华9月4日下午向中核集团福建福清核电有限公司颁发福清核电5号机组运行许可证。15时30分,“华龙一号”全球首堆中核集团福清核电5号机组首炉燃料装载正式开始。

中核集团有关负责人说,随着第1组燃料组件顺利入堆,该机组进入主系统带核调试阶段,向建成投产迈出了重要一步。作为我国具有完全自主知识产权的三代核电技术,“华龙一号”创新采用177堆芯设计,降低了堆芯功率密度,提高了设计安全水平。为保证“华龙一号”全球首堆首炉核燃料装载工作顺利开展,建设团队充分考虑“华龙一号”堆芯燃料组件布局及数量的差异,开展首炉装料演练,优化装料步序,确保首炉装料的安全可控。

中核集团福清核电1至4号机组于2017年9月17日全面投入商业运行,四台机组已累计发电超过1300亿千瓦时。5号、6号机组采用我国自主三代核电技术“华龙一号”,分别于2015年5月7日和12月22日开工建设。

胡璐 高敬 张华迎 胡杰 摄影报道

●图为9月4日,“华龙一号”全球首堆中核集团福清核电5号机组,第1组燃料组件顺利入堆。

国美再入场

■ 闫雨昕

8月31日,国美零售(以下简称国美)发布了2020年的半年业绩报告。报告显示,上半年公司营收为190.75亿元,受疫情等因素影响,上半年国美净亏损为26.23亿元,不过,二季度国美的销售收入环比提升103%,综合毛利率已恢复至疫情前16%的水平,而且现金储备充裕达114亿元。

应该来说,作为销售企业,在今年这个特殊年份,这份半年报的结果并不出乎意料。

不过,关注国美,其实大家会更好奇——国美近年来都在干啥,以后又有哪些新的打算?其实,半年报中有一些数据已经反映出一些端倪——如社群+国美APP的交易总额(GMV)增长超70%,单日GMV突破人民币10亿元。且让我们从国美年中数据里一探背后的究竟。

线上进击

作为中国销售市场纵横数十年的知名品牌,国美似乎从没有远离我们的视野,但却成了日渐被忽视的名字。在城市街头“国美电器”的巨大标识背后,是逐渐褪色的旧式大楼,就像在记录一个正在逝去的时代。

的确,近年来零售行业发生着翻天覆地的变化,线上业务给传统线下销售平台带来了前所未有的冲击。尤其是在今年疫情影响下,线上业务再度获得新一轮爆发。

以国美看家的家电销售为例,据中国电子信息产业发展研究院发布的《2020上半年中国家电市场报告》显示,上半年线上家电产品零售额占整体家电零售额的比例已经达超过五成。

不过,可能很多消费者不了解的是,国美并没有错过今年这场“危机带来的机遇”。直播就是国美选择拥抱线上的一大利器。

据国美电器首席财务官方巍透露,截止到8月底,公司共举办10场超级直播,累计实现了销售额57.3亿,特别是8月28日,“买遍中国”山东场直播共有超过700万网友观看直播,当天全渠道累计销售额超过14.57亿元,打破了央视新闻带货直播以来的最高纪录。

直播带货形成了高速的聚流。国美财报显示,2020年二季度销售环比提升103%,预计8月份当月销售收入实现双位数增长。方巍称,伴随着线下门店陆续恢复营业,各地拉动消费趋势明显,公司通过直播等创新销售方式,整个销售形势呈现了“钩子型”发展。

尽管在疫情之下,2020年上半年消费市场,包括社会零售及家电市场均受到一定程度的影响,但伴随着经济生活秩序的逐步恢复,把握机遇,拓展渠道,直播带货、社群发展俨然成了拯救家电零售商们业绩的一剂强心针。新零售数据的背后,露出的是国美这样的零售巨头蓄势进击的姿态。

下沉圈地

如果说线上业务,国美还是一个新兵,还需要经历更多新模式、新技术的历练的话,作为老牌家电零售企业,门店分布众多、渗透力强的线下销售体系无疑是国美的基因优势。

数据显示,截至今年6月末,国美零售有超过2800家门店。如今,国美还将目光投放在拓展下沉市场上。上半年国美进驻的1296个城市中有871个属于三到六线城市,数量占比接近七成。而这一数字在其2019年和2018年的年报中仅为351个和181个。

对今天的很多行业来说,“下沉”赛道被认为充满着无限可能。国美方面表示,将继续以轻资产的运营模式快速拓展县域加盟店,深度开发下沉市场的潜力,下沉市场未饱和的这片蓝海将成为国美三至五年持续的业务新增长点。

而通过对门店体系的改造开发,国美建立了自己的“一大带多小”的航母式结构形成旗舰店带卫星店和社区店模式,并让门店承载起了餐饮、娱乐、购物、休闲等多种功能,渐渐成为一个承载着体验中心+流量汇聚点+数据基站+服务触角的多功能载体。

同时,国美推出“闪店送”服务,以门店作为前置仓,建立起覆盖门店周围3–5公里的店仓型物流体系,使3C数码、配件、生活小家电等商品实现了承诺2小时内、最快半小时内送达。

此外,国美打造了“家·生活”战略,包括舒适家、厨空间、柜电一体、家装、家具等新业务。截至6月末,国美来自家装家居等新业务的收入占比达到7.02%,同比提升了1.82个百分点。其在半年报中称,集团已完成基础建设投入期,做到在线、线下互为融合和门店网络布局优化,未来集团致力于成为领先的数字化本地零售服务商。

结合这样的线下优势,国美方面指出,上半年国美零售依托门店在全国各地构建本地社群,形成了覆盖高中低频全品类商品和服务的高质量私域流量池,逐步形成了独具特色的本地化零售模式。

新消费下的新国美

在过去的数十年,中国零售市场经历了多轮市场大战。

从早期的圈地大战,只要开店就不愁没钱赚。百货公司还牢牢占据着零售业的主流,国美、苏宁抢占家电垂直门类,沃尔玛家乐福这样的外资稳稳地分得自己的那杯羹。

仿佛一夜之间,电商的出现把这个看似清晰的格局冲得七零八落,阿里、京东一骑绝尘,就当人们都认为别家是不是都没有戏了的时候,又有一个拼多多横空出世。

事实上,随着过去10年零售行业的迭代,具有全国影响力的大型线下零售企业们并没有“坐以待毙”。当阿里巴巴、京东、拼多多挟着杀气扑面而来时,国美的老对手苏宁在2009年就已进行了从线下到线上的转型,正式上线电商平台苏宁易购。又譬如电商业务的整合,2017年,五星电器就宣布入驻京东商城。

与此同时,也有2017年,高瓴资本完成对垂直品类线下企业百丽国际私有化这样的逆流操作。所反映出的是近年来,零售行业对于成本、效率、用户体验更高的优化需求,线上线下如何进一步融合,发挥各自优势?关于升级再造商品生产、流通和销售流程的新零售理念已然得到更广泛的认同。

进入2020年,国美动作频频。4月19日,拼多多宣布认购国美发行的2亿美元(约合人民币13.7亿元)可转债;一个多月之后,京东宣布战略投资国美1亿美元。国美零售总裁王俊洲更将此定调为“供应链和服务链的高度整合”。“左拥右抱”、合作不断,透露出的是国美在紧抓补齐线上流量缺口,跟进新零售竞争节奏。

此外,今年6月,国美还在北京通州开出首家社区生鲜超市,正式宣布入局风起云涌的生鲜江湖。

定位于“社交+商务+分享”的全品类线上线下双平台企业,聚焦本地零售,这是王俊洲所描绘出的,打造一个以用户思维、平台思维和科技思维为导向的新国美的战略方向。

无论是社群、APP、配送等基础工程的夯实,还是线上线下双平台的生态圈建立,亦或是与京东、拼多多的合纵连横,一步步令人眼花缭乱的妙手连珠,不能不让人期待,已过而立之年的国美,似乎已经做好了准备,正在自信地再度走近零售市场竞争舞台的中央。

环保技术让企业生产“不下线”

——一家环保替代技术企业的“妙手回春”术

■ 徐海波

9月4日一早,满载包钢集团生产的1000吨镀锌钢板的货船从天津港出发,缓缓驶向非洲。今年以来,包钢对“一带一路”沿线国家钢材出口量逆势上扬。包钢的镀锌钢板产品能够得到“一带一路”国家厂商的认可,少不了武汉迪赛环保新材料股份有限公司等一批国内环保替代技术企业的帮助。

我国是镀锌钢板生产大国和消费大国。钢铁企业生产镀锌钢板时大多会用钝化剂对其表面进行钝化处理,以防腐蚀生锈。但传统钝化剂中含有大量难处理的一类污染物六价铬离子。这一度导致我国许多钢铁企业甚至家电、汽车和建材企业,在出口产品时受阻,丢失大量海外订单。

无铬钝化剂成为许多钢铁企业的现实选择,但这类产品长期被国外厂商垄断。江苏沙钢集团是一家特大型工业企业,其生产的镀锌钢板大量出口到韩国、日本及欧美国家。为了保住海外市场,沙钢于几年前开始使用国外无铬钝化剂。

“国外无铬钝化剂价格非常昂贵,我们的生产成本陡然增加了三成。”沙钢集团冷轧镀锌车间主任周海良说,国内有些钢厂使用的国外无铬钝化剂产品甚至不合格,致使他们的镀锌钢板出现掉皮情况,被用户大量退货。

正是看到这一“痛点”,从事环保替代材料研发的迪赛公司,通过联合武钢研究院等科研院所,成功开发出耐蚀性能突出、综合性能稳定的国产无铬钝化剂,并通过科技部门鉴定。

为保持技术领先,及时掌握企业生产中的困难,迪赛公司先后与武汉大学等多所高校联合成立了博士后创新实践基地,还与格力集团、武钢集团、唐山正元管业及中冶南方公司等企业设立联合实验室,为企业用户订制转型升级方案,共同攻克生产技术难题。

凭借卓越的性能和合理的价格,迪赛无铬钝化剂逐渐在武钢等10余家大型钢铁企业广泛使用。2019年,公司营业收入达到5007万元。在迪赛公司和国内其他环保企业的“鲶鱼搅动”下,原本价格高昂的国外无铬钝化剂也开始降价。

迪赛公司董事长陆飙说:“我们不能守着成绩坐吃山空,必须瞄准市场创新发展。”从大学里走出的陆飙怀揣梦想,要为更多企业解决“生产烦恼”。

身处“中国光谷”的迪赛公司深深感受到周边众多光电子企业为生产材料而“头痛”。为此,迪赛公司组建光电材料事业部,重点开发光刻胶、刻蚀液的核心材料和技术;同时,瞄准5G发展方向,着手研发基于5G技术要求的具有超低介电常数的树脂材料。

然而,突如其来的疫情让许多钢厂被迫停产,迪赛公司的市场销售也受到影响。今年上半年,迪赛公司仅实现销售收入2108万元,比去年同期减少215万元。

为确保迪赛公司研究“不断链”、产品“不断供”,各级政府先后在人才、税费及社保政策等方面予以支持。疫情以来,迪赛公司已获得税费减免和财政贴补100余万元。

在政府大力帮助下,随着复工复产加速,迪赛公司营业状况明显好转。特别是7月份以来,迪赛公司销售状况甚至好于往年同期。

“许多钢铁企业登门拜访,寻求合作。”陆飙表示,迪赛公司将在接下来的几个月里奋力赶超,力争实现今年全年营业收入不低于去年。

鹤煤三矿念好降本增效“四字”经

本报讯 面对严峻形势,河南能源集团鹤煤公司三矿坚持抓好“降本增效”,注重念好“深、严、细、全”降本“四字”经,取得了良好效果。前8个月,该矿节支创效1800万余元。

“深”入现场,严格材料消耗控制。该矿坚持从源头抓起,在材料、配件管理上大做文章,要求各单位建立材料使用台账,每月初上报全月材料申用计划,同时每月底上报详细真实的材料使用情况,做到计划与现场使用相符合,形成反馈闭合管理。另外,该矿加强对大型材料、机电配件、专用工具等使用管理,将材料计划指标进行层层分解,杜绝浪费和丢失现象。做好旧件回收和再利用工作,使材料损耗最小化、再利用最大化。

“严”格管理,实行设备科学管理。该矿加强各类设备运行质量的检测分析,建立低效率、高能耗设备的淘汰更换机制,完善设备每日巡检制度,做到挂牌维护,减少设备的故障率,对电机、变速箱等使用频率高的设备,实行周期性强制检修制度。另外,该矿严把各类设备的采购关,增强检修人员的责任心,杜绝设备在运行过程中的跑、冒、滴、漏现象。

“细”化细节,提升修旧利废能力。该矿不断加大挖潜降耗、修旧利废力度,对回收后的废旧材料及时分类、整理,将可修复的设备及部件及时进行修复,对待报废的设备、部件及材料,组织相关单位、专业人员进行鉴定,并对报废的设备、材料可重复利用的部分进行改造加工,力求做到物尽其用。另外,该矿在电缆、皮带等高耗材料的管理使用上,原则上除综采工作面外,其他施工单位和地点全部采用回收的旧电缆和旧皮带,有效降低生产成本。

“全”面覆盖,规范用电考核管理。在节电管理上,完善井下电表分表计量考核工作,实行每月抄表、分析、通报制度,坚持定期对井下各岗点节电工作进行检查,积极展开对猴车、空气压缩机、乳化液泵站、水泵等设备的自动启停技术改造,并合理调整减少了井下部分硐室、巷道的照明灯数量。另外,该矿加强对地面用电的管理,做到人走灯关机停。 **(许宏勋)**

从“门外汉”到“技术明星”

■ 罗丽娟

近日,西北油田采油三厂采油管理二区,新任命的青年工作站站长朱康华,又作为厂里的“种子选手”被推送到胜利油田参加集团公司的技术比武活动。这位25岁的帅小伙,经过刻苦奋战,用了2个多月时间,从一个“门外汉”成长为被单位授予的“信息化管理技术明星”。这次比武,大家相信他定会不虚此行。

2018年,毕业于中国石油大学的朱康华,受军人世家的影响,自愿到环境艰苦的大西北,在西北油田采油三厂采油管理二区“扎下了根”。

这个管理区,在塔克拉玛干沙漠北缘库车和沙雅县境内,管理着托甫台区块内500多平方里内的241口油井。27名正式员工带领260多人的代运行队伍。除了现场作业,更要靠先进的自动化网络监控和远传信息,实现对油井和站库的安全运行管理。由于信息化工作的迫切需要,学“石油工程”专业的朱康华,一来就受命于“信息管理”这个重要岗位。

这是一块“硬骨头”!一切从头开始,没得捷径可走。第一次跟着师傅到中控机房,他懵了:“Html5编程、ODBC转储、ODBCGATE工具,净是这陌生的专业术语。他只好跟师傅整天到井站现场,多看、多听、多记,几天过去,仍感觉云里雾里。

●朱康华(右)和师傅贺德金在井场配电柜旁调整信息远传信号。

远在四川南充市的妈妈看到视频里,朱康华总是灰土土的面容,电话也很少打,就想像着在风沙戈壁上宝贝儿子工作的辛苦,心疼得直流泪。但朱康华记住了父亲的话:“不会就学!你年轻,肯定行!”

于是,他专门到“慕课网”,从零基础开始一点一点学习互联网技能及仪器仪表自动化知识。这个工作专业性强,涉及的知识领域多。前一个月,他白天跟师傅学习用网页进行Html5编程,晚上就在网上自学,抽时间还要去现场查看。当时采油管理区6个计转站现场Psview系统流程,急需逐一绘制组态,传至PCS系统对参数进行实时监控。任务就摆在眼前。后来,他就跟着师傅贺德金边学边干,白天到井场站库,晚上在中控机房,不仅要了解各种自动化设备功能,还要掌握相关软件、硬件的原理和操作。

朱康华自己有一套学习方法:先把不懂的问题写在本上,自己琢磨,会了打个“勾”,表示奖励自己;不会的画个“五角星”说明重要,再请教师傅或上网查找答案;懂了就打个“叉”说明困难被消灭了,然后再画一个“笑脸”或者“胜利”的手势。所以朱康华的笔记本,别人看不懂,他却把枯燥的学习当做玩“怪兽大作战”游戏一样,自得其乐,沉浸其中。两个月后,他和师傅及信息班组顺利完成了6个计转站164口井的对接,实现监控系统各油井工况一目了然。

一次,井站新增了5个硫化氢探头,师傅就放手让他动手来做。他使用力控的“内部控件”将历史数据转存到EXCEL中查看,再转存到关系数据库中,很快实现远程监控。徒弟长进之快,让比他大5岁的师傅贺德金惊诧不已。

朱康华完全可以独立顶岗了!仅用了两个月零17天的时间。瘦了8斤肉,却掌握了信息管理方面的技术和各井站的自动化操作,达到了独立解决和处理信息自动化各种常见问题的水平。着实令大家刮目相看,树起了青年人学习的榜样。

今年,疫情挡不住他学习钻研的脚步。3月份休假在家的他,通过视频沟通、网上办公,他和师傅针对高风险气井压力监控不到位的情况,将温控加热炉PLC及远传仪表的实时数据,传输至采油管理二区监控,实现加热炉流程监控目视化,岗位人员能即时跟踪监控管线冻堵情况,有效避免井控风险及意外发生。

截至8月10日,他通过三维力控站库软件,维护站库工控软件11次,维护计量撬常见故障23次,解决站库变频器故障3次,有效减少了运维成本。PCS系统各项应用指标不断提升,单井远传上线率达98.5%。

“A股最赚钱榜”前十均为金融企业,如何看待?

■ 李延霞 潘清 刘慧

近日,上市公司半年报收官,A股3900多家上市公司的“成绩单”备受关注。

前十名最赚钱公司均为金融企业、上市金融企业利润占据“半壁江山”……上半年,在响应国家号召向实体经济让利的背景下,银行业利润大幅下降,但仍是A股市场上最赚钱的板块,这折射出哪些问题?应如何看待金融业的高利润?

A股前十名最赚钱企业均为金融企业

工商银行净利润1497.96亿元、建设银行净利润1389.39亿元、农业银行净利润1091.9亿元、中国银行净利润1078.12亿元……万得数据显示,上半年,A股前十名最赚钱企业均为金融企业。

据中证金融研究院统计,上半年,金融上市公司实现净利润1.05万亿元,占A股上市公司净利润的比重为56.76%。

“利息收入是银行利润的重要来源。今年上半年,银行业为支持实体经济和复工复产,全面加大信贷投放力度,资产规模增速较快,尽管资产收益率有所下降,但利润总额仍然较高。”招联金融首席研究员董希淼表示。

上半年我国新增人民币贷款12.09万亿元,同比多增2.42万亿元。中报显示,上半年工行、农行等新增信贷投放均超万亿元。

华兴证券首席经济学家庞溟说,由于社会资金需求强劲,且间接融资在融资体系中占主导地位,我国银行业信贷资产规模增长较快,是银行业利润总额较高的主要原因。

“企业融资主要依赖银行信贷,这导致金融体系的利润集中在银行,但与此同时风险也集中在银行体系。”国家金融与发展实验室副主任曾刚表示。

银行是杠杆经营的,在不低于10.5%的资本充足率的监管要求下,1块钱的资本可以进行大约10块钱的贷款投放。如果资本不足,银行的放贷能力就会受到影响,而利润就是银行补充资本的重要来源。

央行发布的《2019年第四季度中国货币政策执行报告》指出,A股上市银行近三年数据显示,商业银行利润约17%用于缴纳所得税,23%用于普通股股利分配,剩余的60%全部用于补充核心一级资本。

尽管有其行业特殊性,但金融业利润绝对额较大是不争的事实。“金融业要认识到支持实体经济发展的基础性作用,其净利润增速要与实体经济增速、社会平均利润率趋势保持一致。金融业脱离实体经济而自我发展,必然是本末倒置、不可持续。”庞溟说。

今年前7个月,金融部门通过降低利率、减少收费等措施,为市场主体减负8700亿元。在中期业绩发布会上,多家银行高管表示将继续减费让利,与实体经济共担风雨、共生共荣。

从长远来看,进一步深化金融体制改革是改变利润失衡格局的关键。专家表示,间接融资在社会融资体系中比重过高,使银行更多地依赖规模扩张,银行效率的提升以及竞争力、创新力的提高需要通过深化改革予以解决。

“要进一步优化金融结构,降低社会融资对银行信贷的依赖,发展直接融资,促进资金来源的多元化,提升整个金融体系的效率和稳定性。”曾刚表示。

推进改革,改善市场市值结构

金融业市值和利润占比“一家独大”,折射出A股市场结构失衡的矛盾。

截至9月2日收盘,A股总市值排名前十位的上市公司中,金融企业占据七席。七家公司总市值合计逾8.93万亿元,全市场占比接近12%。

武汉科技大学金融证券研究所所长董登新认为,我国上市金融机构以银行为主导,四大行庞大的体量决定了金融板块市值在A股市场占有绝对优势。

董希淼认为,A股上市银行已达36家,尽管数量不多,但各类型的主要银行都已经上市,加上银行业资产规模巨大,所以A股市场中金融板块比重偏高。

在业界看来,这一状况有望随着资本市场改革持续推进、更多实体企业登陆A股市场而发生改变。“随着科创板推出及注册制试点拓展至创业板,A股新经济企业群体呈现快速扩容态势。”董登新说,眼下支付宝母公司已筹备登陆科创板,未来若京东、拼多多等已在境外上市的“大块头”新经济企业回归,将显著改善A股市场的市值结构。

“中长期来看,伴随资本市场改革推进、直接融资占比提升,优质企业净资产收益率中枢将不断上移,从而带来资本市场盈利贡献格局的加速调整。”上投摩根基金经理李德辉说。

“网络主播背后是轰鸣的工厂”

——聆听经济复苏的新讯号

■ 卢宥伊 王优玲 李倩薇

在四川阿么鞋业办公区,10个直播间显得格外忙碌。男主播赵映财站在补光灯支架前推销着一款女鞋。半年前,他只是公司一名库房搬运工,受疫情影响面临无活可干的困境。

“我在库房搬了6年货,每天泡在库房,接触过的鞋子少说有几百万双,没想到有一天能做直播,会用这样的方式和消费者交流沟通。”赵映财说。他告诉记者,此时正在直播间工作的20余位主播有一半是像他一样从内部转岗来做直播的。

前不久,人力资源和社会保障部联合多部门发布9个新职业,其中“互联网营销师”职业下专门增设了“直播销售员”。国家发展改革委等13个部门也发布意见,支持15种新业态新模式发展带动扩大就业。

半年时间完成从“搬运工”到“直播销售员”的“转身”,赵映财坦言,没有想到新型职业的出现能给自己的职业发展带来如此巨大的转变。

“现在,我的每场直播都有上万粉丝观看,月销售额从最开始的2万多元增长到18.7万元,蝉联公司6月、7月的销售冠军。”他说,得益于库房积累的工作经验,对鞋子的材质、跟高、内里、走线等内容了如指掌,做起主播来便有专业知识的支撑。

四川阿么鞋业总经理助理乔绍杰告诉记者,直播团队的助力使公司鞋子销量在5月份同比增长20%。公司享受成都吸纳就业补贴的政策支持,不仅没有裁员,还新招了20余名员工。

5月,四川出台10条措施促进高校毕业生就业,15条措施支持人力资源服务业发展。四川省人社厅副厅长田杰介绍,新出台的措施,集成了就业创业、技能提升、人才人事、社会保险等方面可享受的政策,全力稳住市场主体,帮助其解难纾困“保就业”。

在应对疫情冲击中,以直播电商、配送到家为代表的“居家经济”蓬勃发展,层出不穷的新职业、新工种不断打破传统就业界限,为稳岗稳就业提供了新的机遇和空间。

据智联招聘和淘榜单共同发布的《2020年春季直播产业人才报告》显示,2020年2月,淘宝直播新开播商家数比1月大幅增长719%;直播人才需求同比增长132%。

“新一代信息技术应用的普及、国家政策的支持,将进一步促进线上消费新业态、新模式和新就业岗位不断涌现。”四川省商务厅副厅长公骥说,在政府的引导和市场的推动下,直播带货新业态将为实体经济发展和稳岗就业注入新活力。

通过加强政策指引、建设示范总部基地、搭建平台载体、招引优势项目,今年前6个月,四川省在社会消费品零售总额同比下降的情况下,实物商品网上零售额仍保持高速增长,占社会消费品零售总额比例上升到17.2%,直播带货对消费增长的贡献率达10%。

2020年3月,四川省商务厅印发的《品质川货直播电商网络流量新高地行动计划(2020–2022年)》明确提出,鼓励成都市在食品、鞋服、专业市场等行业开展试点示范,率先建立直播电商网络流量新高地发展样本。

“网络主播背后是轰鸣的工厂。”公骥说,新职业快速涌现成为消费升级、技术发展的必然趋势,显示出我国经济发展的新动向和强大的活力,也传递出经济不断复苏的新讯号。

网上车展走热折射的信号:在产业转型中捕捉新机遇

■ 周文林

汽车行业的新变化正悄然而至。近期,车企纷纷加大线上营销力度,线上营销成为助力汽车销售、增强品牌影响力的新战场。此举既显示汽车行业破局求变的新思路,也折射出产业数字化、智能化转型正带来新需求、新机遇。

疫情之下,网上车展人气飙升。由汽车之家举办的第二届818全球超级车展近日落幕。这场持续一个月的网上车展开设了近百个独立品牌展馆,推出了百城车展、全球汽车夜、汽车新消费论坛、金融节等主题活动。从公开数据看,车展累计浏览独立用户数超过1.3亿,视频播放2.6亿次。活动不仅聚焦购车,还涵盖跨界营销、汽车文化、行业交流、技术展览等多元内涵,成为汽车行业营销的新“IP”。

汽车之家副总裁刘悦表示,举办此次网上车展意在搭建营销新平台,形成行业共振,提振消费信心,打造独一无二的汽车行业节日,为中国汽车行业全球化发展赋能。

网上车展的火爆或许并不令人意外。今年以来,汽车领域的透明工厂、直播带货等线上营销不断涌现。

这些新变化的背后,折射出汽车市场蕴含的巨大消费能量,以及车企面对压力与机遇求变的新思路。

中国汽车工业协会常务副会长付炳锋认为,4月份以来,国内汽车市场强劲恢复,展现出强大韧性。下半年市场将继续保持稳中有升的平稳状态,更需要聚力新消费,培育新潜力,开发活力强大的内循环市场。

根据数据显示,今年上半年,疫情导致汽车产业链承受重压,传统销售遇阻。据中汽协数据,1至6月我国汽车产销量同比分别下降16.8%和16.9%。疫情给汽车市场带来一场关乎应变能力的考验。

实现加热炉流程监控目视化,岗位人员能即时跟踪监控管线冻堵情况,有效避免井控风险及意外发生。

汽车行业的智能化趋势也日渐清晰。付炳锋认为,汽车作为品牌消费的商品,目前依然沿用传统销售方式,难以适应互联网普及应用下的消费流通方式。传统4S店渠道带有巨大的分散资产和人员成本,负担很重。这一格局未来将出现改变,并进入智能信息交互的营销服务新模式。

汽车之家联席总裁邵海峰认为,汽车行业正在时代剧变中前行,产业互联网是“抗周期、提效力”的一把钥匙,其核心是构建智能数据系统。目前,汽车产业在供应层、制造层、服务层、用户层等各层面的数据流、交易流、信息流尚未相互贯通,这就需要大力发展产业互联网,借助数字化和智能化,推动行业迈向全面互联与自主智能的新阶段。

相关专家表示,从趋势看,传统的汽车制造、销售、服务模式正经历挑战,汽车产业的数字化、智能化趋势以及用户年轻化、社交化、个性化特点正倒逼产业加快转型。汽车产业应抓住未来5年的战略机遇期,在变局中开新局,创造汽车产业发展新契机。

汽车营销的智能化趋势也日渐清晰。付炳锋认为,汽车作为品牌消费的商品,目前依然沿用传统销售方式,难以适应互联网普及应用下的消费流通方式。传统4S店渠道带有巨大的分散资产和人员成本,负担很重。这一格局未来将出现改变,并进入智能信息交互的营销服务新模式。

汽车之家联席总裁邵海峰认为,汽车行业正在时代剧变中前行,产业互联网是“抗周期、提效力”的一把钥匙,其核心是构建智能数据系统。目前,汽车产业在供应层、制造层、服务层、用户层等各层面的数据流、交易流、信息流尚未相互贯通,这就需要大力发展产业互联网,借助数字化和智能化,推动行业迈向全面互联与自主智能的新阶段。

相关专家表示,从趋势看,传统的汽车制造、销售、服务模式正经历挑战,汽车产业的数字化、智能化趋势以及用户年轻化、社交化、个性化特点正倒逼产业加快转型。汽车产业应抓住未来5年的战略机遇期,在变局中开新局,创造汽车产业发展新契机。

理赔、灾后重建……保险业如何助力防汛救灾?

今年汛情发生以来,社会各界上下齐心防汛救灾。保险业做了哪些工作?理赔支付、支持灾后重建等方面进展如何?在银保监会近日举行的例行新闻发布会上,阳光财险、太保财险、华泰财险给出了各自的答案。

阳光财险董事长李科说,入汛以来,阳光财险共接到暴雨灾害损失报案2.01万件,公司启动大灾理赔应急响应预案,推行“一站式”快速理赔服务,目前87%的案件已经结案赔付。

李科说,在支持灾后重建方面,阳光财险今年累计向湖南、四川、重庆等受灾较重地区新增投资64.5亿元,其中债券52.3亿元,非标债权12.2亿元,有效缓解了地方政府财政压力。

太保财险董事长顾越说,根据今年汛情特点,太保财险建立了以线上化资源统筹和智能化风控为主要内容的灾害应对体系,帮助客户了解不同灾害风险有可能造成的损失状况,为防灾减损提供技术支持。截至目前,太保财险已为22万个企业客户制定风险档案,完成汛期理赔4.3万件,支付赔款6.3亿元。

华泰财险董事长丛雪松说,入汛以来,华泰财险第一时间开通绿色通道,主动排查客户出险信息,简化理赔申请资料,取消定点医院限制,全力做好灾后理赔工作。

“为客户提供专业的风险管理同样重要。”丛雪松说,华泰财险每年年初都会对面临台风、暴雨、洪水灾害等巨灾风险的客户进行筛查,并在夏季入汛前再次对高风险客户进行甄别。入汛后,一旦确认灾害来临,公司风控部门将及时发布预警,帮助客户把损失降到最低。

记者了解到,为更好助力防汛救灾,银保监会将进一步提高灾区金融服务效率,引导保险机构安排好资金和资源,做到应赔尽赔快赔,帮助受灾企业、群众及时恢复生产生活。 **(谭谟晓)**

面对疫情“压力测试”豫园股份求新图变华丽“变身”

炎炎夏日挡不住游客“逛吃逛吃”的热情,上午十点刚过,沪上文旅地标豫园商城已经游人如织。尝一根“九曲桥”或“华宝楼”造型的文创棒冰,与身着中式服装的布朗熊、可妮兔卡通人偶合个影……如今,豫园商城正成为来沪游客和上海年轻人追逐潮流的一个“风向标”。

“我们紧跟消费升级的趋势,在冰棍的造型和原材料上花了点小心思,就能卖到18元一根,还特别畅销。”豫园商城相关负责人说,疫情的确对经营造成了一定影响,但是多项产品的创新也让商城找到了新的增长点。

据介绍,近年来豫园商城主动拥抱国潮复兴的趋势,挖掘海派文化内涵,先后打造出端午花神庙会、沉浸式国潮主题街区“食玩校场”等知名项目,有效带动了本地商圈的复苏。统计数据显示,今年5月22日至7月26日,豫园商城销售总额达1.5亿元。

豫园商城是豫园股份旗下的一个文旅地标项目,它的华丽“变身”成为豫园股份求新图变的缩影。8月25日,豫园股份公布了2020年中期财报。报告期内,公司实现净利润11.05亿元,同比增长10.37%。

业内人士认为,身处对市场环境极其敏感的文旅、消费行业,豫园股份在新冠肺炎疫情的冲击下上半年仍实现逆势增长,折射出新形势下企业深耕国内市场、洞悉消费者取向的重要性。

豫园股份总裁黄震介绍,豫园股份旗下拥有17个中华老字号和知名品牌,如松鹤楼、南翔馒头店等。近年来,公司聚焦老字号品牌焕新,推动其拥抱国潮,并探索直播卖货、跨界合作等,有力提升了公司风险应对能力,在不少业务领域实现逆势增长。

——深耕“粉丝经济”,直播销售常态化。“传统珠宝怎样焕发生机一直是行业的‘老大难’,根据市场调研,我们选择了相声演员郭麒麟作为老庙黄金古韵金系列产品的代言人,效果十分好。”黄震说,疫情以来,老庙黄金加大了对“粉丝经济”的投入力度,并将原本的直播销售常态化,建立起30人直播团队,成效显著。

——跨界营销,创新产品。老城隍庙食品有限公司研发的梅眉青梅酒、南翔馒头店,大孚飞跃推出的跨界潮鞋……近年来,豫园股份推出多种跨界商品,赚足眼球。

“疫情期间,我们公司旗下百年老店童涵春堂推出了一款草本爆珠口罩,在薇娅直播间一下子售出12万片。”黄震介绍,这款口罩累计销售额已接近1000万元。

——推动“云”消费,重启经济活力。今年4月,豫园商城联合商圈内13家老字号举行了一场“原地逛街”直播,聘请网红主播为商圈内的商户带货,有效帮助商户提振信心。来自南翔馒头店、春风松月楼等老字号的名厨也走进直播间,助力品牌增强影响力。

据悉,豫园股份旗下餐饮门店自3月份起已全部恢复正常营业,并加快了连锁化扩张步伐。目前,松鹤楼面馆门店已达13家,春风松月楼也在静安区久光百货开设了首家分店。

“消费是经济平稳运行的‘压舱石’和‘稳定器’。豫园股份会不断推动品牌创新和迭代,加强与大消费领域企业的合作联动,推动整个产业链上下游复苏。”黄震说。 **(胡洁菲)**