

2 热点透析 Hot Dialysis

2013:行业洗牌的年度标签

■ 周婷玉 刘元旭 孔祥鑫

一边暖阳高照,一边寒冬冰霜。在新经济、新政策、新技术催生之下,2013年的中国行业经历大变局。

虽无法细数有多少行业“蒸蒸日上”,有多少行业“每况愈下”,但这些行业印记已成“年度标签”:微信崛起、电商井喷、“防霾经济”蹿红、高档餐饮遇冷、互联网金融抢滩。

透过这些行业的表情可知,顺势者兴、逆势者衰是经营发展的不变“王道”。

“余额宝”首破千亿元 互联网金融冲击商业银行传统模式

6月,阿里巴巴联合天弘基金推出“余额宝”;5个月后,它成为国内首只突破千亿元规模的基金……2013年,互联网金融风起云涌。

投资下限仅为1元的“余额宝”被视为“草根理财神器”。它的超高速增长让“小伙伴们都惊呆了”,同时也惊醒“梦中人”。8月,腾讯联手华夏基金推出“活期通”;10月,百度金融中心理财平台推出“百发”;还有“现金宝”“活期宝”……

“互联网金融的发展,会彻底颠覆传统的商业银行经营模式、盈利模式和生存模式。”有业内人士如是说。

各种“宝”们对接的人群相对低端零散。尽管暂时不会对银行理财产品有实质性冲击,但其因收益率适中、取用灵活已显露替代活期存款的潜力。

为应对冲击,不少商业银行联手基金公司推出银行卡的增值服务,一些银行则驻店淘宝向互联网伸出“橄榄枝”。

中央财经大学民生经济研究中心主任李永壮说,互联网企业将加速金融化,银行业也将进一步互联网化。互联网金融开启的“增量革命”,将倒逼金融体系改革。

移动社交“爆炸”

大力发展光网 助推经济升级

四川光网建设与宽带发展座谈会在蓉举行

本报讯(记者 毛力平)12月29日,由四川省社科院和中国电信四川公司联合召开的四川光网建设与宽带发展座谈会在中国电信四川公司举行。

四川省社科院李后强书记主持了会议。他讲到,中国梦应该包括信息梦。在工业化、信息化、城镇化、农业现代化这“新四化”中,信息化起主导作用。光网主要解决“上网贵、上网慢”难题,要实现“降价提速”。实施宽带中国战略和信息惠民工程,是建设和谐社会的内在要求。大力发展光网,有利于增强国际竞争力,提高国家综合实力,有利于提高人民群众幸福指数,有利于刺激新消费,有利于减少资源浪费,有利于信息公开,有利于民主政治发展,有利于拉动内需,从而助推中国经济升级版打造。

中国电信四川公司赵麦庆总经理在发言中说,四川电信从1995年推出163、169拨号上网服务,短短18年时间,宽带得到迅速发



● 互联网金融冲击商业银行传统模式



● 高端餐饮寻转型

传统媒体和电信运营商“好日子”不再

创立不到三年,微信就以6亿用户的记录跃升为国内第二大网络通信运营商,仅次于中国移动。

中央部委政务微信“外交小灵通”上线、官方微信“国务院公报”开通……“政务微信”也风生水起,成为打通“指尖上的政民对话”新渠道。

微博、微信、小米……2013年,移动社交媒体迎来“大爆炸”,人们进入“天下万象、无微不至”的生活时代。

中国传媒大学的研究称:“2013年是社交媒体崛起和传统媒体转型相遇的一年。”

在自媒体喷薄而出时,传统媒体和传统运营商都步入下滑轨道:《新闻晚报》将在2013年最后一天停刊;移动语音通话量增速趋缓,点对点短信量加速下滑。

面对挑战,传统媒体开始积极探索以付费订阅和新媒体中心为主要方向的转型发展之路。而过去依靠垄断占据市场的电信运营商开始告别“黄金年代”,4G能否成为转向的“最后稻草”,人们拭目以待。

“网售”1.8万亿全球夺冠 部分传统百货受挫“关门”

2013年中国电子商务交易总额预计将达10万亿元,其中网络零售将超过1.8万亿元,中国凭此成绩夺冠全球网络零售。

“网购”,不再是年轻人的新潮,而是日益成为人们的生活消费习惯。今年前10个月,北京市限额以上批发零售企业网上零售额首度超过传统百货业。

2013年,“网购”持续膨胀,一些传统百货受挫“关店”:2月,广百百货关闭成都店;6月,百盛集团关闭贵阳百盛鲜花店;10月,成都太平洋百货停业……

易观国际电子商务分析师毛阿晶认为,面对电商侵袭,没有做好应战准备甚至是逃避挑战的、缺少个性化的、不考虑购物体验的传统百货将承受巨大压力。

传统零售企业如何向电子商务转型?中国互联网络信息中心分析师陈晶晶认为有两个思路:电商渠道化和电商工具化。

今年6月,苏宁宣布所有门店商品与苏宁易购同品同价。“实体店+电商”双线融合是未来商业的发展趋势。



座谈会现场

展。到目前,全省宽带用户已经达到700万,上网带宽从最初56K提升到百兆,网速翻了近2000倍。近三年来,四川电信投入资金120亿元于宽带网络升级,其中2013年建设规

模是前两年总和的1.5倍。现已完成1200万户光纤入户建设,光网覆盖规模仅低于江苏、上海、浙江,居全国第四。依托光网,四川智慧城市的智慧政务、智慧产业、智慧民生各项信

息化应用蓬勃推进,信息消费快速拉动。光纤发展和三网融合试点,带动了四川智能家电和影视文化消费的新一轮高潮,四川电信携手长虹、九州、迈普等企业,促进省三网融合产业链快速发展。

中国电信四川公司副总经理周清久对四川的光网建设作了专题演讲。他提到,近期四川省政府将下发承接宽带中国和信息消费战略方案。将在“加快网络升级,推进光纤入户,加大基础信息设施共建共享,推进三网融合,加快高清交互式电视网建设,实施城市宽带提速和农村宽带普及计划,实施宽带体验提升和产品研发计划,推进智慧城市建设”等方面作出具体规划。

四川省发改委巡视员漆先望、省社科院副院长盛毅、省经济发展研究院院长王小刚、省发改委周学立、省经信委肖斌等与会领导和专家对四川光网建设和宽带发展提出了很好的意见和建议。

吴鹏表示,只有有过军旅经历的人,才能够对军酒有较为透彻的理解,单纯地模仿只能模仿产品的外形,无法复制产品

的核心内涵,无法做到一流的口感、一流的质量。

在吴鹏和他带领的团队共同努力下,军星酒业蒸蒸日上。目前,军星酒业已成功开发了三十多款独具特色的军酒系列产品,在激烈的瓶装白酒市场中独树一帜,凭借创新优势赢得了市场青睐。

慈善爱心路

自从征战经济主战场以来,吴鹏从来不忘军人本色,一直尽其所能回报社会,奉献爱心,创业成功后更坚持用真情演绎人间大爱。成都军星酒业自成立以来,先后招聘20多名转业退伍军人,不但为企业充实了生产经营团队,有利于保持和传承军人的作风,也解决了转业军人再就业的困难,为地方减轻了安置的负担。

自2010年至2012年,成都军星酒业连续三年参加在北京举办的“国际科学与和平周”活动,并为此慷慨捐赠钱物达50万元。吴鹏被国际科学与和平周组委会授予“和平卫士”“荣誉使者”光荣称号。

2011年1月16日,将帅碑林红军后代联

中国电子商务研究中心数据显示,进入12月后的短短7天里,“天猫+淘宝”的口罩和空气净化器成交量同比分别增长903%和184%。

热销的远不止口罩、空气净化器这样的“防霾标配”。“抗霾”绿色植物、蔬菜水果、家装涂料、山水景区的“清肺游”、拥有破雾技术的车载汽配等也开始走俏。

“粗略估计,仅是和雾霾有关的直接防护需求市值可达千亿元之多。”复旦大学环境经济研究中心副主任李志青说,如果将间接产业计算进去,规模还将数倍或数十倍于这个数字。

而与之相对的是,一些高污染高耗能和产能过剩落后的产业却不得不经历转型“阵痛”。

今年9月12日,《大气污染防治行动计划》发布,拉开史上最严的大气污染治理行动帷幕,影响最直接的当属钢铁、水泥等21个重点行业。

高端餐饮巨亏寻转型 “天价”消费低下“昂贵的头”

53度飞天茅台,明前“刀鱼”“春茶”价格“腰斩”;人均消费动辄千元的高端餐饮,推出888元的5人套餐……在节俭反腐劲风中,靠公款消费撑腰的高端消费不得不低下“昂贵的头”。

数据显示,高端餐饮企业湘鄂情前三季度亏损3.3亿元。中国食品工业协会公布,2013年我国礼品性食品销售额预计下降40%。

花卉、贺卡、台挂历、演出等行业在2013年也都感到“冷”风阵阵。这些行业纷纷谋求转型,通过降价、团购、定制等方式揽客“过冬”。

顺峰、鲍鱼公主等高档餐饮纷纷推出团购。团购导航网站“团800”统计显示,今年三季度团购行业总体成交额破百亿大关,同比增长近一倍,其中餐饮和酒店成为“主力”。

“反对浪费,并不是反对消费。受政策影响的行业不会消失,只是需要重新定位和转型。”中国烹饪协会副会长边馥指出,高档消费不是某些阶层的特权,而应成为人们在生活水平提高之后都可以享受的一种体验。

光网改变大众生活方式。与水电气一样不能离开。“光纤到家,千变万化”。在光网时代,人们近距离交往少了,而远距离交流多了,更加虚拟化,在人的生物性、社会性、符号性中,更加符号化。能否实现远交近亲,更加人性、更加和谐、更加依恋,这是光网文化值得研究的课题。光网至少带来五大效应,一是时空归零效应,二是生活便捷效应,三是信息融合效应,四是维度增加效应,五是视野清晰效应。

在建设光网和宽带的过程中,要学习省外国外的先进经验,如美国模式、日本模式、新加坡模式、上海做法等。道路修好了,要有车子跑,要管理,要收费,要盈利。要处理好政府与市场的关系,研究新型城镇化与通信宽带化的关系、消费者市场与消费者素质的关系、企业社会责任与企业社会责任的关系、技术引进消化与自主创新的关系。政府必须搞好顶层设计,规划引导统筹核心技术研发、标准制定、有线无线融合、应急体系建设,适当增加财政补贴,提高“人均宽带”、“人均信息”指标,引导运营商更加厚道,积极创新服务,加强例会联系,政企共建,分类推进,切实解决重复建设、诚信质疑、发展不平衡、技术原创能力不足、发展环境不佳、应用服务不丰富的问题,大力发展智慧政务、智慧民生、智慧产业,为建设西部智慧城市和信息高地奠定坚实基础,为谱写中国梦四川篇章做出贡献。

(此文是李后强2013年12月29日在由四川省社科院和中国电信四川公司共同举办的“四川光网建设与宽带发展座谈会”的发言摘要)

[上接 P1]

搏击商海 不忘军人本色

曲折创业路

建厂初期,条件十分艰苦,本着节约土地的原则,厂址选在一片乱石滩上,施工难度很大,机械化程度又不高,很多工作都是靠人力,吴鹏带领手下战士,不怕苦、不怕难,一起扩建厂房、挖窖池、运设备,靠人拉肩扛,酒厂规模不断扩展,使当时的川军被誉为全军规模最大的浓香型白酒厂之一。

就在吴鹏率酒厂准备大规模生产,企业蒸蒸日上的时候,上级一纸命令终止了他的扩张计划,1999年12月25日,中央关于部队不能经商的规定出台,原有企业必须改制。

服从命令是军人的天职。2003年,企业正式转为民营,吴鹏不得不脱下穿了30年的军装,成为一名退转干部。为减轻国家安置负担,他放弃了很好的安置机会,选择了自主择业,开始下海经商。2008年,吴鹏带领一批转业军人成立了成都军星酒业有限公司。

公司成立之初,人少,事多,他身兼数职,很多事都要亲历亲为。为开拓市场,协调好各地客户,吴鹏每年出差200天以上。市场对于任何人都是残酷的,公平的,关键在于奉献、参与、把握。有时为了协调客户,他通宵达旦工作。功夫不负有心人,付出总有回报,如今公司已初具规模,产品系列30多个,远销国内各个省市。

随着酒厂规模的扩大,产量已经远远超

出了部队的需求,吴鹏把目光盯上了地方市场,下决心要生产一款能代表军人品质的瓶装白酒,并进入地方市场销售。

从那时起,吴鹏就萌生了做中国军酒的想法,一方面这一块儿是市场空白,另一方面自己做军酒有先天的优势。于是,吴鹏暗自潜心研究部队的军旅文化和酒文化。从此,生产一款能代表当代军人的“军酒”,成为了他的奋斗目标。

艰辛创新路

创新是国家和民族进步的灵犀,是企业发展的不竭动力,失去创新,就失去发展的源动力。尽管脱下了军装,吴鹏却始终保持着军人敢讲、敢干、敢闯的作风,走在创新的前列。他率领军星酒业团队从酒味、包装、文化入手,开始创立军星酒业的品牌个性。

回忆起当年开发军酒的过程,吴鹏感慨万千。他说当时是摸着石头过河,没有任何资料可资借鉴,全凭自己对部队的了解和感情去做,从酒体设计到酒瓶外形再到外包装,都是自己想出来的。经过几年的摸索,吴鹏的“军酒”思路越来越清晰,生产的军酒得到了部队官兵、复转军人和地方老百姓的喜悦。

为查找酿造美酒的方法,打造他心仪的“军酒”,吴鹏常常挑灯夜读,翻遍古今中外酿酒书籍;为提高酿酒质量,他不惜奔波劳累,到诸多名酒厂家请教名师,拜师学艺。如今的

军星酒在大曲酒中以酒味全面著称,香气悠久,入口甘绵,入喉清爽,各味谐调,恰到好处,形成了自己独特的风格。

为彰显品牌个性,吴鹏和员工一起走市场,搞调研,查资料,寻求突破,寻求创新。有时一个月行程上万公里,先后到广州、江西、大连、北京等多个省市,长途奔波,不辞辛劳。多次与设计公司沟通、交流、协商,数次易稿,反复修改,直到成功。如今,子弹、炸雷子、手雷、军用水壶模具都成了军星酒业非常有个性化的产品包装,一经推向市场,就受到消费者的喜爱。

为挖掘军酒文化特色,军星酒业公司多次邀请军内外著名人士座谈、品鉴,从产品的命名、外观的设计、包装的打造、宣传的定位等诸多方面入手,反复推敲、斟酌,最终将军旅文化和军品特征紧密结合,形成了具有浓郁的军人情结、独特的品牌个性的军酒文化,引起了消费者的共鸣。

吴鹏经营企业有一个理念:要做就做最好。高质量、高标准、严要求的军事化作风成了军星的立业之本。“我们对军酒的定位就是有血有肉有军魂。现在社会上有很多地方酒厂也在仿照军酒生产这一品类的白酒,不过市场反应普遍不好,最明显的差距就是不专业,没有军魂。”吴鹏表示,只有有过军旅经历的人,才能够对军酒有较为透彻的理解,单纯地模仿只能模仿产品的外形,无法复制产品



的核心内涵,无法做到一流的口感、一流的质量。

在吴鹏和他带领的团队共同努力下,军星酒业蒸蒸日上。目前,军星酒业已成功开发了三十多款独具特色的军酒系列产品,在激烈的瓶装白酒市场中独树一帜,凭借创新优势赢得了市场青睐。

慈善爱心路

自从征战经济主战场以来,吴鹏从来不忘军人本色,一直尽其所能回报社会,奉献爱心,创业成功后更坚持用真情演绎人间大爱。成都军星酒业自成立以来,先后招聘20多名转业退伍军人,不但为企业充实了生产经营团队,有利于保持和传承军人的作风,也解决了转业军人再就业的困难,为地方减轻了安置的负担。

自2010年至2012年,成都军星酒业连续三年参加在北京举办的“国际科学与和平周”活动,并为此慷慨捐赠钱物达50万元。吴鹏被国际科学与和平周组委会授予“和平卫士”“荣誉使者”光荣称号。

2011年1月16日,将帅碑林红军后代联

[上接 P1]

光网铺垫高速 宽带再造天府

实施宽带中国战略和信息惠民工程,是建设和谐社会的内在要求。光网带来新自由,使人们从必然王国走向自由王国。人与人可以不见面进行交流,可以不用察颜观色和见机行事,可以免去心理教学。自由化、家庭化、生活化、全球化,是宽带产生的增长趋势。研究表明,宽带速度每提升一倍,就会拉动GDP增长0.3%,宽带普及率每提高10%,就会拉动增长GDP1.4%。间接效益大于直接效益。大力发展光网,有利于增强国际竞争力,提高国家综合实力,有利于提高人民群众幸福指数,有利于刺激新消费,有利于减少资源浪费,有利于信息公开,有利于民主政治发展,有利于拉动内需,从而助推中国经济升级版打造。

发展光网正当其时,天时地利人和。国家发布了“宽带中国”建设的文件,这是动员令、总部署、新要求、新政策。四川电信有128年历史。成都是国家互联网骨干直联点,四川发展光网的几大有利条件,一是有群众优势(用户多)。二是文化优势(悠闲创新)。三是人才优势(科研院所多),四是企业优势(世界500强企业多),五是国家支持优势(进入规划城市)。六是西部开发政策优势(特殊机遇)。可以抓住机遇,跨越发展。但要克服七大障碍。一是思想观念障碍,二是施工建设障碍,三是标准规范障碍,四是入户迁转障碍,五是成片推进障碍,六是体制分割障碍,七是部门利益障碍。

光网改变大众生活方式。与水电气一样不能离开。“光纤到家,千变万化”。在光网时代,人们近距离交往少了,而远距离交流多了,更加虚拟化,在人的生物性、社会性、符号性中,更加符号化。能否实现远交近亲,更加人性、更加和谐、更加依恋,这是光网文化值得研究的课题。光网至少带来五大效应,一是时空归零效应,二是生活便捷效应,三是信息融合效应,四是维度增加效应,五是视野清晰效应。

在建设光网和宽带的过程中,要学习省外国外的先进经验,如美国模式、日本模式、新加坡模式、上海做法等。道路修好了,要有车子跑,要管理,要收费,要盈利。要处理好政府与市场的关系,研究新型城镇化与通信宽带化的关系、消费者市场与消费者素质的关系、企业社会责任与企业社会责任的关系、技术引进消化与自主创新的关系。政府必须搞好顶层设计,规划引导统筹核心技术研发、标准制定、有线无线融合、应急体系建设,适当增加财政补贴,提高“人均宽带”、“人均信息”指标,引导运营商更加厚道,积极创新服务,加强例会联系,政企共建,分类推进,切实解决重复建设、诚信质疑、发展不平衡、技术原创能力不足、发展环境不佳、应用服务不丰富的问题,大力发展智慧政务、智慧民生、智慧产业,为建设西部智慧城市和信息高地奠定坚实基础,为谱写中国梦四川篇章做出贡献。

(此文是李后强2013年12月29日在由四川省社科院和中国电信四川公司共同举办的“四川光网建设与宽带发展座谈会”的发言摘要)

吴鹏表示,只有有过军旅经历的人,才能够对军酒有较为透彻的理解,单纯地模仿只能模仿产品的外形,无法复制产品的核心内涵,无法做到一流的口感、一流的质量。

在吴鹏和他带领的团队共同努力下,军星酒业蒸蒸日上。目前,军星酒业已成功开发了三十多款独具特色的军酒系列产品,在激烈的瓶装白酒市场中独树一帜,凭借创新优势赢得了市场青睐。

慈善爱心路

自从征战经济主战场以来,吴鹏从来不忘军人本色,一直尽其所能回报社会,奉献爱心,创业成功后更坚持用真情演绎人间大爱。成都军星酒业自成立以来,先后招聘20多名转业退伍军人,不但为企业充实了生产经营团队,有利于保持和传承军人的作风,也解决了转业军人再就业的困难,为地方减轻了安置的负担。

自2010年至2012年,成都军星酒业连续三年参加在北京举办的“国际科学与和平周”活动,并为此慷慨捐赠钱物达50万元。吴鹏被国际科学与和平周组委会授予“和平卫士”“荣誉使者”光荣称号。

2011年1月16日,将帅碑林红军后代联

的核心内涵,无法做到一流的口感、一流的质量。

在吴鹏和他带领的团队共同努力下,军星酒业蒸蒸日上。目前,军星酒业已成功开发了三十多款独具特色的军酒系列产品,在激烈的瓶装白酒市场中独树一帜,凭借创新优势赢得了市场青睐。

慈善爱心路

自从征战经济主战场以来,吴鹏从来不忘军人本色,一直尽其所能回报社会,奉献爱心,创业成功后更坚持用真情演绎人间大爱。成都军星酒业自成立以来,先后招聘20多名转业退伍军人,不但为企业充实了生产经营团队,有利于保持和传承军人的作风,也解决了转业军人再就业的困难,为地方减轻了安置的负担。

自2010年至2012年,成都军星酒业连续三年参加在北京举办的“国际科学与和平周”活动,并为此慷慨捐赠钱物达50万元。吴鹏被国际科学与和平周组委会授予“和平卫士”“荣誉使者”光荣称号。

2011年1月16日,将帅碑林红军后代联

的核心内涵,无法做到一流的口感、一流的质量。

在吴鹏和他带领的团队共同努力下,军星酒业蒸蒸日上。目前,军星酒业已成功开发了三十多款独具特色的军酒系列产品,在激烈的瓶装白酒市场中独树一帜,凭借创新优势赢得了市场青睐。

慈善爱心路

自从征战经济主战场以来,吴鹏从来不忘军人本色,一直尽其所能回报社会,奉献爱心,创业成功后更坚持用真情演绎人间大爱。成都军星酒业自成立以来,先后招聘20多名转业退伍军人,不但为企业充实了生产经营团队,有利于保持和传承军人的作风,也解决了转业军人再就业的困难,为地方减轻了安置的负担。

自2010年至2012年,成都军星酒业连续三年参加在北京举办的“国际科学与和平周”活动,并为此慷慨捐赠钱物达50万元。吴鹏被国际科学与和平周组委会授予“和平卫士”“荣誉使者”光荣称号。

2011年1月16日,将帅碑林红军后代联