

2 热点透析 Hot Dialysis

统一规划 集中搭建 承包经营 订单销售

河南泰丰苑农业科技示范园大棚里种出“摇钱树”

■ 本报记者 李代广

河南省清丰县泰丰苑农业科技示范园自 2009 年成立以来,按照“统一规划、集中搭建、承包经营、订单销售”的模式,以规模化、专业化生产来增加农民收益,受得了广大人民群众的称赞。

泰丰苑农业科技示范园占地 1200 亩,位于清丰县柳格镇卞家村,在村民、总经理卞振军的带领下,以“科技兴农”为己任,积极开展科学发展实践活动,以其崭新的形象,独特的优势,突出的特色,全方位的服务,良好的企业信誉,呈现出勃勃生机。

示范园一期投资 1380 万元,现有管理人员 9 名,教授级专家 3 名,技术人员 8 名,发展社员 800 户,建成塑料大棚 160 座,以“基地+农户”的合作方式,以温室大棚、果蔬种植为突破,走出了促农增收的路子,年销售收入 6000 万元,解决农村剩余劳动力 1000 多人,辐射带动周边群众 2000 多户。

图为泰丰苑总经理卞振军(右)在察看温室大棚里种植的蔬菜。



“双十一”奶粉“一哥”之争:品牌营销下的数据“虚高”

■ 张汉卿

“双十一”盛宴落幕的一周后,有关中外各大乳企的销售数据开始陆续浮出水面,与此同时,质疑声也伴随而来。

据 21 世纪经济报道,在“双十一”后,达能集团旗下的婴幼儿奶粉品牌诺优能与河北乳业巨头、君乐宝旗下的婴儿配方奶粉同时都对外宣称,公司在“双十一”期间获得巨额销量,位居“全网奶粉类目第一”。

君乐宝目前在其天猫(微博)旗舰店主页面显示,旗下婴儿配方奶粉在“双十一”成交 68216 笔,总计销售金额 2828 万元,位居全网第一。而诺优能则在其天猫旗舰店首页显示,“双十一”单日销量突破 7700 万元,位居全网第一。

北京普天盛道董事长雷永军向记者评价称:“婴儿奶粉消费是一种刚需,这种刚需的存在使得奶粉品牌并不需要低价促销就能获得可观的销量,同时婴儿也不会因为价格便宜就消费得更多,线上甩货反而会挤压到线下门店的出货量,一些奶粉品牌参与‘双十一’的真正目的是为自身打广告、做节日品牌营销。”

谁是“双十一”一哥?

如果单从君乐宝与诺优能各自提供的数据来看,谁是“双十一”的奶粉“一哥”,答案一目了然。

不过,君乐宝方面对此提出质疑认为,诺优能计入统计口径的“当日销量超过 7700 万元”是按照天猫和淘宝中所有店铺的销售额来计入的,而君乐宝 2828 万元销售额的统计口径仅仅算的是天猫旗舰店一家。

达能公司方面向 21 世纪经济报道回应称,7700 万元的销售数据来自于阿里集团



“数据魔方”,反映 11 月 11 日当天诺优能奶粉品牌在淘宝集市、天猫国际和天猫平台的销售数字。

“两组数据的计算口径不同,不具有对比性,如果按照天猫旗舰店单店销售额来算,君乐宝无疑是全网第一。”君乐宝相关人士表示。

如果按照君乐宝的算法,这是“双十一”活动开展 6 年以来,国产奶粉首次超过洋奶粉排名销售榜的第一位。

不过,一位知名奶粉品牌高管在接受 21 世纪经济报道采访时却认为,“双十一”后统计出来的相当一部分数据都“水分”巨大。“许多数据哪怕打折一半都是假的,五分之一还有很大水分。”

该高管说,“双十一”后,我们收到了来自阿里“数据魔方”的统计结果显示,“双十一”期间公司旗下的婴儿奶粉销售额有 1000 多万元,但公司实际的出货量只有 100 多万,他们提供的数据多了 10 倍,这个里面的“水分”只有我们自己心里清楚。

上述高管人士告诉记者,“水分”来自于

几个方面:1、线上统计中将销售额按照零售价计算,而不是实际交易额,一般而言网上交易价格要比实际零售价低得多;2、统计中包含了淘宝、天猫中代购商铺的销售额,而这些商铺出售的都是“走私水货”,完全和公司出货量无关;3、代购店铺为营造消费氛围,会习惯性的“刷单”(虚假买卖),但在实际中却都被计入了最终统计。

尽管如此,众多奶粉商却乐见其成。“一场不折不扣的营销盛宴,阿里和奶粉商都获得了巨大的广告效益,谁会真的去计较呢。”

线上线下的博弈

不过,北京普天盛道董事长雷永军说:“表面看‘双十一’很热闹,但实际上我们发现大量的奶粉企业参与幅度很小,或者是根本就沒有去参与。”

其中的逻辑并不复杂,根据 AC 尼尔森的数据,目前婴儿奶粉的主要渠道依然是来自于线下的母婴店和 KA 大卖场,两者的份额相加超过 70%。尽管奶粉销售在线上也增

长飞速,但仍难以与线下渠道进行博弈。

“奶粉 O2O 谈了好多年,但是核心问题一直没解决,就是怎么处理线上和线下争利。如果线上便宜又包邮,线下的经销商就会有很大意见。”一位外资奶粉品牌的人士对记者说。

这一难题被同样带进了“双十一”。据上述洋奶粉公司介绍,该公司为了顾及线下渠道,几乎不敢做什么促销,仅仅是捆绑销售了一些平日里很难卖得动的婴儿辅食做添头,算下来赠品大概优惠了 20 多元。

记者看到在“双十一”期间,多美滋旗下的黄盖装精确盈养奶粉进行了 75 折优惠,看似降幅很大,但实际上该产品属国内工厂生产,而由爱尔兰生产进口的蓝盖装精确盈养系列奶粉则没有任何降幅。

同样,雅培在“双十一”期间将促销方案仅锁定了旗下一款名为“similac”的美国进口奶粉身上,并给予 5 折价格促销。但实际上,该款奶粉几乎只供线上销售,雅培旗下菁智、亲体、金装亲护等明星产品无一进入“双十一”的促销名单。

据悉,目前奶粉商最常见的处理线上线下矛盾的方式主要两种:一。线上清理不好卖的积压库存,使得对经销商的影响降到最小;二。专门设计一款线上专用版产品,业内称之为“爆款”,该产品不做线下渠道供应,比如雅士利曾专门设计了一款 99 元的奶粉专供电商销售。

相比之下,诺优能产品在“双十一”当天提供除 1 阶段产品外的 75 折低价,而君乐宝则开出了 5 折的低价,并买赠 79 元的益生菌。

雷永军表示,目前在“双十一”中最积极的就属那种完全依托于互联网渠道的品牌,比如此次“争第一”的诺优能和君乐宝,两者无一例外的都没有线下门店。

河北省成立 中小企业服务联合会

本报讯 (记者 杨会民 特约记者 李军喜)在当前民营经济发展中,中小微企业成为生力军,扮演了不可忽视的重要作用。然而,中小企业普遍存在的融资难、创新难、人才少的问题仍是制约其发展的瓶颈。

为推动河北省中小微企业的健康发展,为其提供全方位、专业化、高质量的服务,11 月 18 日,河北省中小企业服务联合会大会在石家庄召开,会议宣布了各机构入会条件及相关细则,为服务河北省中小企业的发展建立了明确的职责。

据了解,河北省中小企业服务联合会由河北省民政厅批准筹备成立的,以全省公共服务平台网络为依托,各中小企业服务中心等机构发起,河北省工信厅同意设立作为业务主管单位,厅中小企业处牵头组织筹备的社会团体组织。

据悉,河北省中小企业服务联合会由河北省中小企业服务中心等服务机构发起成立,全省各级、各类专业服务机构自愿参加,为全省中小企业提供专业化服务的规范性、开放式组织,是各服务机构间加强协作、资源共享、开拓市场、发挥优势、合作共赢、服务中小企业发展的综合性平台。

河北省中小企业服务联合会将秉承以全心全意为中小企业服务为核心,以建设“经济强省、和谐河北”为目标,坚持公益性服务原则的宗旨,组织、协调、带动、引导各级、各类专业服务机构发挥自身优势,为全省中小企业提供优质、高效的专业化服务,促进河北省中小企业健康发展。

太钢信自公司完成首次对外信息化咨询项目

太钢信自公司积极拓展外部市场,实现持续发展。近日,该公司圆满完成了汾酒股份采供物流信息化咨询项目,为汾酒建立整体信息化提供了有力支持。这是太钢信自公司首次完成的对外信息化咨询服务项目。

太钢信自公司十分珍惜这次难得的拓展市场机会,在实施过程中,派出业务和技术人员以汾酒集团公司发展战略为指导,深入现场全面调研库存、物流、组织部门进行采供业务详细交流,与汾酒集团公司人员共同以集中办公的方式梳理和优化流程,在最短时间内完成了具有实践指导价值的“汾酒股份采供物流现状调研及其分析报告”,并将企业两化融合的管理思想应用到项目的分析与评估中,进而提出了未来汾酒集团公司整体信息化实施架构,同时编制完成“采供物流信息化解决方案”等建议性文件,为汾酒集团公司未来近期和中长期信息化规划打下良好的基础。

太钢信自公司将充分发挥信息化、自动控制和通信专业优势,瞄准外部市场,紧抓机遇不放松,力争为太钢非钢产业的发展做出应有的贡献。(马妍)

河南众品集团在上海国际食品博览会获奖

本报讯 (记者 李代广) 11 月 14 日,2014 中国·上海国际食品博览会在上海展览中心隆重举行,中国食品工业协会会长石秀诗、中国食品工业协会常务副会长刘治、新疆建设兵团副秘书长周国胜、上海市商务委员会副主任吴星宝、上海市国资委副主任林益彬等领导出席开幕式。

会上,著名专家、学者和政府主管部门领导分别就食品企业的全产业链发展与食品安全、中国传统食品产业现代之路、中国食品企业国际化与资本融合之道、大数据时代下的中国食品企业的营销模式等论题进行探讨,并对优秀的食品企业、食品行业从业人员进行表彰。

河南众品集团公司获得三项荣誉:集团公司“猪肉及其制品质量安全控制关键技术集成及应用”荣获“中国食品工业科学技术二等奖”;集团公司董事长朱献福荣获“科技创新卓越领导者”;集团总工办工程师张建林荣获“科技创新卓越工作者”荣誉。

据了解,本届食博会覆盖食品全产业链,包括食品、饮料、酒类、奶制品、水果、肉类、水产品、即食食品、糖果等中下游产品,囊括了国内主流食品企业。吸引了来自欧盟、日本、新加坡、爱尔兰、西班牙、我国香港等国家和地区的知名食品厂商,及来自国内 20 个省市独具地方特色的食品企业,共 400 多家知名食品企业参展。



中澳自贸协定意向达成 国内乳企将加快赴澳布局

■ 董来孝康

11 月 17 日,中国与澳大利亚共同确认实质性结束中澳自由贸易协定谈判,根据谈判结果,在开放水平方面,澳大利亚对中国所有产品关税最终均降为零,中国对澳大利亚绝大多数产品关税最终降为零。

澳大利亚维州奶农联盟主席琼斯指出,根据新的分析报告可知,该行业在未来 10

年有可能节省超过 6.3 亿澳元(约合 33.7 亿元人民币)的关税额,但具体情况仍取决于协定条款。

据每日经济新闻报道,原广州奶业协会理事长、乳业专家王丁棉告诉记者,进口澳大利亚奶制品免关税将坚持“逐步取消、一定配额”的原则,即四年过渡期,过渡期内可能有 10 万多吨配额可免关税,但超过配额仍继续正常缴纳关税。

面对奶源缺口,新西兰“捷足先登”,2008 年 4 月与中国签订自贸协定,这使得国内乳企纷纷在新西兰建厂。“自贸协定签订后,国内乳企应该会逐步加大在澳大利亚的乳业布局,一旦四年后关税降为零,在更受国内消费者信赖的基础上,进口乳制品又多了一个价格优势。”乳业专家王子恒告诉记者。

宋亮则直言:“中国的奶粉缺口还在增大,现在不做(海外牧场),将来必死。”

“澳洲乳制品资源丰富,且与中国市场距离较近,开拓中国市场对其农产品出口和外贸非常重要。”中投顾问食品行业研究员向健军称。不仅如此,澳大利亚本土乳制品企业也在发力,占澳大利亚牛奶总量三分之一的迈高(MurrayGoulburn)是当地最大的乳

成立并中物探事业部,专门从事井中地球物理相关业务的工程服务工作,由此实现了技术研发与应用的同时步发展。

CQ-Monitor 在研发中注重整体性、灵活性、实效性,具备“一体化”“丰富灵活”“易用快速”三大特点。首先,CQ-Monitor 微地震监测软件系统具备微地震地面、浅井、深井监测的采集设计、实时处理、解释功能;其次,仅利用移动笔记本工作站即能完成 2000 余道微地震地面监测海量数据的实时自动处理,处理延时在 20 秒以内;再次,该软件功能丰富多样,具备处理流程灵活编辑、记录自动播放、交互质控、3D 自动播放等特色功能。这些特点能确保微地震监测更好更快的实施,支撑压裂监测作业的有效进行。

CQ-Monitor 涵盖 31 项技术,拥有 5 项技术创新成果,在其强大支撑下,区带优选评价、“甜点体”预测等技术的“战斗力”指数

直线上升,得出的地质成果精确度得到了数量级的跃升。在宁 201 井区、咸 201 井区、咸 204 井区等页岩气勘探区块,“甜点”区域完美呈现在预测图上,指导着页岩气的高效开发。截至今年 8 月,CQ-Monitor 完成了 33 井次、279 段微地震监测工作,成为页岩气压裂的重要配套技术。

让川庆物探人扬眉吐气的是,CQ-Monitor 具有完全独立的自主知识产权。它打破了国外服务公司的商业垄断,提升川庆公司非常规油气藏服务的综合竞争力,实现了公司微地震监测技术从无到有的跨越。

更具里程碑意义的是,川庆物探经此一举,充分证明了自身的实力,成为国内唯一一家具备地面、深井、浅井及联合监测能力的公司。由“复制的猫”昂首变身“创新的虎”,其在页岩气市场竞争“游戏”中的话语权大幅提升。

“复制猫”变身“创新虎”

但随着勘探开发的理智规划和主导,物探、钻井、测井等多项技术的不断成熟,为甜点体“烹制”搭建起高端平台,川庆物探最终依靠自身力量成功形成页岩气三维“甜点体”预测思路与流程,其优选的长宁、威远甜点区块成为国家级页岩气示范区。相关资料显示,截至今年 10 月,川庆物探通过页岩气地球物理技术研究成果提供的 36 口页岩气井,经钻探 31 口获气,获气概率高达 86%。其中阳 201-H2 井日产气 43 万方,宁 201-H1 井日产气 13 万方。

未来,因为川庆物探的存在和探索,像“甜点体”这样的高端技术将会越来越多地走入中国页岩气的重要产区四川盆地,并辐射至西南,乃至国内外。

由“复制的猫”昂首变身“创新的虎”页岩气技术研究向开发深度延伸之际,CQ-Monitor 的横空出世,既是及时雨也是川庆物探战略规划中毫不意外的一份“惊喜”。

2014 年 4 月 22 日,CPS/SEG 北京 2014 国际地球物理年会暨展览中,CQ-GeoMonitor 微地震监测软件系统 V1.0 发布,这是中国油气行业的首套微地震监测软件系统,更是川庆物探“页岩气勘探”的又一“非常利器”。

2010 年,面对国外公司对我国微地震监测核心技术的封锁和垄断微地震监测高端服务市场的企图。川庆物探启动了微地震监测技术的研发,并在 2011 年获得了集团公司科技项目的支持,成为中石油微地震监测研究的项目长单位。2013 年 3 月,川庆物探