

2 热点透析 Hot Dialysis

河北邯郸“校企”联手共建 66 家研发机构

本报讯 (记者 杨会民 特约记者 楚振平)记者从邯郸市科技局获悉,邯郸市企业与高校科研单位共建研发机构集中签约仪式近日举行。晨光集团、奥德玻璃等 66 家企业与清华大学、北京科技大学、中科院过程所等 34 家高等院校和科研机构举行集中签约,将联手共建 66 家企业研发机构。

何荣:追梦艰苦创业路

■ 本报记者 蒋二二

12 月 12 日,昂莱科技云净化灯上线发布会成功在北京召开,北京照明协会、各界行业精英与企业家人报社等 20 多家媒体共同见证了这一盛会,宣告照明史上第四代照明产品正式问世。

据悉,此次云净化灯由昂莱科技耗时近一年精心打造,汇集了云计算、空气净化、智能控制等多领域功能,是照明史上的一次跨界融合,创造了各项领域的一大奇迹,而云净化灯在此次的新品上线发布会上也露出了庐山真面目。

智能空气净化

据国外机构的最新数据,中国雾霾重度污染城市已经扩展到 175 个之多。而昂莱科技的云净化灯最大的功能恰恰是能净化空气当中的雾霾、二手烟、甲醛等有害气体,能够切实保证人们的室内空气质量。

不同于市面上的空气净化器,云净化灯不仅能实时治理,还能实时监测,通过绑定的手机 APP,能够随时随地的查看家里的空气质量。除此之外,由于融入的云计算系统,当家里的空气污染到达一定程度之后,云净化灯还能自动开启空气净化功能,不需要手动开启也能保证家里的空气质量。

在家用家电都进入智能控制的新时代,云净化灯也紧密结合了智能家居的大趋势,研发了智能设备(手机、平板、智能电视)控制灯的功能,无论是开关、色温调节、亮度调整、云计算夜灯、空气净化功能等都可以通过智能设备控制。同时,为了考虑到老人及孩子的感受,也配备了相应的无源无线开关,既不需要电源,也不需要线的可移动开关,可以把他放在家里的任何角落,和墙壁开关一样,只需要轻轻一按,就能控制家里的灯,随时为家人启动照明需求。

云计算夜灯

云净化灯的另一项舒适贴心的功能就是云计算夜灯。经研究发现,在夜间,刺眼的灯光实际上对眼睛的危害是相当大的,尤其是老人和小孩。而云净化灯会通过云数据计算,会自动捕捉到用户的休息和工作时间,当家人在休息时间或者起床时间开灯之后,云净化灯开启的就是柔弱的夜灯模式(也可手动设置),这样老人、孩子、孕妇等弱势群体在夜间起床就会减少灯光对眼睛的伤害,还不会影响家人的休息。

追梦艰苦创业路



■ 贺文婷

与韩后等新兴品牌以低基数实现业绩高速增长不同,一些本土品牌出现增速放缓迹象。日化专家李传玉曾指出,2011 年,本土销量前 20 名的企业里,没有出现年度业绩翻番的企业,销量前 8 的品牌业绩增速超 30% 的不足三成。

据每日经济新闻报道,为了增加销量,本土品牌开始在广告上加大投入,有些甚至不惜牺牲净利润。由于高支出,化妆品企业不得不想方设法扩大营收规模,布局全渠道成了救命稻草。

本土企业广告费用高企

凯度消费指数显示,2011 年至 2013 年,

据介绍,此次签约是在去年邯郸市成功举办两次企业与高等院校、科研单位共建研发机构的基础上,深入推进企业创新能力的又一重要举措。近年来,邯郸市不断鼓励科技型中小企业自建或共建研发机构,出台《关于加快企业研发机构建设的实施意见》等文件,支持行业骨干企业建设市级研发机

发布会现场,昂莱科技也发布了由创始人何荣真实改编的微电影故事,讲述了自己创业的一些经历和云净化灯的由来,让发布会现场少了一份嘈杂,多了一份感动。记者特别采访了昂莱科技创始人何荣先生。

何荣,人称老何,是一名来自湖南小山村的 80 后。22 岁开始北漂,从软件开发到外贸到如今研发成功云净化灯,一路跌跌撞撞 10 年,老何始终不曾放弃,一直奔跑在追寻梦想的道路上。

记者:何总你好!此次的云净化灯上线发布会举办得很成功,恭喜!

何荣:谢谢!你可以叫我老何。

记者:那好,老何,我想大家都很想了解当初你是怎样从 IT 行业转入到照明行业的?可以和我们大家分享一下你的个人经历吗?

何荣:是这样,我最早对照明感兴趣是源于一个水晶灯。当时花了一千多元买了盏客厅水晶灯,说实在的灯很漂亮而且亮度很好,有 700 多瓦。可用了不到两个月,灯泡就陆续不亮坏了。后来我又买了一盏,可还是同样的问题,过两月又不亮又坏了,慢慢地我就不管了,最后差不多有八年这盏灯就没亮过,一来太费劲二来也彻底失望了。因为我早年是做技术的,所有就自己开始捣鼓,开始研究灯电压、功率,自己又去市场买了一大批发光二极管、灯珠,可最后都没有成功。

记者:一看老何就是个理科生,动手能力很强啊。不过那时候是不是已经开始做 LED 照明了呢?

何荣:没有,那时候还在做软件。其实真正让我有往这行发展的想法是我后来经历的一件事。那时候家里卧室的灯坏了,在床边按了壁灯,我和太太又爱在床上抱着笔记本工作,两个人经常会为了谁去关灯而纠结,那时候就想要有无线开关就好了,大晚上的可以不用起来关灯。尤其是在冬天的时候,夜间起床关灯是件非常痛苦的事。

记者:这个大家都深有体会,不过很少有人像你一样会为了“起床关灯”这件事去自己做灯。今天看过发布会后,很多人期待你推出的新品云净化灯,那么当初你为什么想做这样的一盏灯呢?

何荣:我很高兴大家喜欢我的灯。当初做这盏灯的初衷,并没有什么商业目的,皆是因为夜间灯光刺眼、费电,妈妈经常晚上不愿意开灯,为了感谢母亲为整个家庭的倾心付出,才想通过自己的所长来为母亲做一款健康又舒适的灯。

记者:听了老何的介绍,我非常期待云净化灯的上市。不知道云净化灯会不会像苹果一样,推出系列产品呢?

构,推动产业优势企业建设省级以上研发机构,企业研发机构实现了跨越式发展。

截至目前,邯郸市已建立各类企业研发机构 817 家,企业研发机构现有研发人员达到 1 万余人,先后开发新技术、新产品 1568 项,累计有 29 项新产品列入国家重点新产品,转化科技成果 765 项,取得授权专利 3291 件。



何荣:肯定会。这是我们的一个开始,以后我们会推出更多的产品服务大众。这次推出的云净化灯是一款基础产品,以后推出的产品都会包含这八大功能,而且会在这个基础上拓展其他功能。作为一盏吸顶灯来说,它最直观的就是外观,一盏灯除了具有照明的功能,还得具备装饰的效果。所以未来在外观这方面,我们会不断创新,推陈出新;功能方面会不断在基础上技术叠加。但无论怎样变,我们的目标始终如一,就是做一盏健康、舒适、便捷的灯,提高消费者的生活质量。

记者:作为一名优秀的照明行业开拓

今年以来,邯郸市科技局还先后与 63 家高等院校、科研单位建立了长期联系。与燕山大学、国家机械科学研究总院等一批高等院校、科研单位签署了战略合作协议,组织 100 余家企业与国内外 70 多家高等院校、科研单位开展科技合作,加快推进科技成果转化向现实生产力转化。

者,你怎么看照明行业的未来发展?怎么看到以后昂莱科技的发展方向?

何荣:未来的照明行业发展不应只关注于灯光照明,更多地应是为了提高和改善人类的生活质量而努力。现在,越来越多的人受到空气质量、睡眠质量等问题的困扰,而灯具作为一个生活必需品,不应干扰到我们的生活,而是应该作为一个提高我们生活质量的存在。昂莱科技未来的发展也不会像其他企业一样多方面发展,我们将会一直专注于做灯具,用心做好每一盏灯,致力于为消费者提供健康、舒适、便捷的照明环境和家。



安徽省首套纺织设备投入试运营

12 月 24 日,安徽省首家引进的国际最先进瑞士产 E80 精梳机,在安徽省高新技术企业、宣城市宣州区骨干民企安徽裕华纺织有限公司投入试运营。

今年 6 月,该公司投资 4000 万元,引进国际国内最先进设备,实施年产 5000 吨高档赛络紧密纺生产线技术改造项目,以加速传统行业转型升级。作为此次技改项目的重要内容之一,该公司投资 350 万元,一次性引进瑞士立达公司 E80 精梳机 4 台。E80 精梳机投产,成纱质量提高 20%,产能提高 10% 以上,生产成本降低 20%,能源成本降低 10%,具有一定的质量、产能和经济优势。

图为当日调试场景。

曹光鑫 晏敏慧 摄影报道

巨额广告费投入拉低利润 本土化妆品企业全渠道出击

事实上,本土品牌近几年在广告上投入了大量资金。记者统计发现,从 2011 年开始,本土化妆品频频成为各大电视台的“金主”。2013 年,相宜本草以 1.09 亿冠名《舞出我人生》,韩束 1 亿冠名《非诚勿扰》,百雀羚、九美子分别投入 7000 万元和 5100 万元冠名 2013 年《中国好声音》,雅兰国际 3750 万元牵手《中国梦秀》。2014 年,根据亿邦动力网的统计发现,光韩束一个品牌全部广告投入已经接近 5.5 亿元。

本土品牌甚至不惜牺牲利润投入广告。在新三板上市的广州幸美股份今年 9 月以 1070 万元的标价,拿下第三季《中国好声音》总决赛黄金广告时段,用于推广植美村 7 小时不脱妆 BB 霜,但其上半年报表显示,期内营收约 8675 万元,较上年同期减少 9.24%,而净利润只有 472.6 万元。

丸美招股书显示,2011 年至 2013 年其营业收入分别为 2.40 亿元、3.46 亿元和 4.23 亿元,其中用于广告宣传类的费用支出分别为 2.15 亿元、2.92 亿元和 3.49 亿元,广告投入占营收的比例相当高。而这一模式得到了众多公司效仿。“大家都认为广告投入量到位了,回款就能上来,消费者就会认可你。大部分品牌都被绑上了广告的战车,上得去下不来。”冯建军说。

化妆品行业毛利率水平一般在 60%~80% 左右,但净利润率不高。冯建军表示,品牌商的净利润率平均下来也就 10% 到 15%,

其中洗护产品的净利更低,大约 3%~4%;护肤品的净利最多是 6%~8%,其实都非常低。

布局全渠道成救命稻草

在行业人士看来,基于高支出,化妆品企业不得不想方设法扩大营收规模,布局全渠道无疑成了救命稻草。据了解,韩后从 2011 年进驻屈臣士,2014 年开始做电商。肖荣荣表示,截至目前这两大渠道的销售占比已经达到了 40%，“原来我们本来打算用三年时间改变这个结构,没想到今年一年就改变了。”但由此带来的是专营店渠道业绩占比的下滑。

某区域连锁店负责人告诉记者,今年以来店铺里销售的自然堂、珀莱雅等本土品牌下滑了 20%。一方面,电商确实对实体店形成了分流,“同样的产品在网上海旗舰店可以卖到 43 折,但实体店却必须全价出售,有些顾客一看价格就走了。”另一方面,“我们在刻意放缓它的增长”。在他看来,本土品牌本都是靠专卖店渠道培养起来的,现在却在网上随意串货且低价销售,这些品牌商是不道德的。

在专业人士看来,许多本土品牌本来可以通过线上线下开发不同的产品,或让经销商做电商来规避这一利益冲突,但显然,专营店的利益被忽略了。冯建军认为,厂家每年的推广费用在增加、人工成本也在增加,销量却不能保证每年增加,企业的压力越来越大,现在多渠道扩张也是可以理解的。现在电商之

河北首家能源消费和产能交易中心落户唐山

本报讯(记者 杨会民)12 月 22 日,河北省首家能源消费和产能交易中心在唐山市节能监察监测中心正式挂牌成立,标志着唐山市今后将以市场化手段,促进传统产业转型升级,化解过剩产能以及节能削煤降碳等工作。

唐山市作为资源能源消耗大市,近年来化解过剩产能和压减能耗压力日益增大,尤其是钢铁、水泥、焦化等行业产能过剩,已成为制约全市经济平稳运行的重要因素。与此同时,受全市产能和能源消费总量控制,涉及改善民生和结构调整的重大项目迟迟不能开工建设。

“要想进一步优化能源配置,控制能源消费总量,化解过剩产能,唐山市迫切需要通过市场手段解决指标来源。”唐山市发改委主任庞秋原介绍说。为此,唐山市在全省成立首个能源消费和产能交易中心,尝试走出一条化解过剩产能等新途径。

据了解,唐山市能源消费和产能交易中心为国有独资企业,经营范围涵盖重点行业产能、能源消费权、碳排放权、节能技术、产品转让等多项内容。“能源消费交易主要是想促进提高企业的能源利用率,经过政府节能部门认定的可交易消费权可以通过出售获得收益,能源消耗指标超标企业必须付出代价购买能源消费权。”庞秋原表示,此举将加快形成淘汰落后与发展先进的良性互动,有利于实现节能量的调剂使用和煤炭消费量的削减,加快唐山产业结构调整。而建立产能交易中心,则主要着眼于化解钢铁产业等过剩产能,通过交易中心,企业与企业可以进行产能指标交易,有利于实现产能的减量调整、转型升级与合理布局。

据悉,主要能源消费权和产能交易实行政府指导价格,交易分为“出让、购买、登记”三项程序。目前,已有多家企业报名登记能源消费权与产能权交易。

[上接 P1]▶▶▶

在河南投资什么?是中原企业家最关心的问题,罗杰斯在演讲中透露了很多关于在河南投资的信息。他提到很多投资关键词,诸如农业、文化、旅游、铁路等,这些都是未来在河南投资的方向,对罗杰斯个人而言也会考虑在这些领域投资中国、投资河南。

罗杰斯说到,现在随着中国变得更加繁荣,文化也将重新实现繁荣,中国不仅仅想振兴中国的文化产业,世界文化看中国,中国文化看河南,河南文化有巨大的投资潜力,有非常好的投资环境。

罗杰斯至少来过河南六次,对中原印象深刻。他说,河南是中华文明的主要发源地,有着悠久的历史 and 深厚的文化,是农业大省和旅游资源大省,今后河南将会成为中国最重要的省份。

在他看来,丰厚的旅游资源将会吸引越来越多的人造访河南。罗杰斯曾在 1984 年第一次环球旅行时到访过洛阳,并深深地被龙门石窟所吸引。后来他又几次来过河南,对遍布河南的古都印象深刻。他说文化将是河南旅游资源的核心,如果布局得好,会吸引越来越多的外国人来旅游观光。

罗杰斯认为,农业是河南的又一大优势项目。当前,中国正加大对农业的投入,对农业政策的倾斜几乎超过其他任何国家,“农业又是河南的传统优势,如果我能从银行贷款,有可能在河南买一大片地,自己开拖拉机种地。”

外又出现了微商,事实上线上线下的博弈也才刚刚开始。

而原本作为本土化妆品店底层力量的单体店近年来每况愈下。拥有 15 家直营店的山东百信化妆品连锁机构总经理田海涛告诉记者,光去年就有六七家化妆品单体店店主找他商量转让的事情。小型单体店的日子越来越难过了,没有规模、没有培训、单打独斗的年代已经过去了。

在许多单体店经营不下去的情况下,田海涛的 15 家店今年营业额达到 2500 万元,同比增长接近 50%。这种终端的变化势必会很快传导到经销商。李涛告诉记者,由于单店生存困难,一些不能与大连锁合作的经销商,会明显感觉自己的经营变得比以往困难,这也会很快传导到品牌商,品牌商在当地必须寻找优质的经销商才能生存发展,找一般的渠道商,日子也会很难过。

但并不是任何品牌都拥有与大连锁谈判的筹码。广州某娇兰[微博]佳人店员告诉记者,店里并不售卖记者所提到的那些本土品牌,一是因为它们一般都以开设专柜的形式售卖,另一方面连锁店追求走量,一些本土品牌的销量还是太小了。

渠道的调整势必也会导致化妆品各个品类趋向集中。江洪认为,店铺越来越集中后就不需要这么多品牌了,因为连锁店都会集中采购,比如娇兰佳人在店里可能只需要十个护肤品、三个彩妆品牌就可以了,这很可能导致化妆品前 20 名还有生存空间,另外一些品牌难免被淘汰。

“另一种变化的可能是,一些大型品牌在原来的化妆品专营店的渠道的成长空间已经不大,他们开始转向商超和专柜,但目前还没有看到成功的典范,所以未来无法预料。”谷俊说。