

多因素助力 移动支付市场快速发展

■ 蒋洁琼

随着移动互联网产业快速发展、智能设备普及、O2O支付渠道铺开,手机用户逐渐养成了使用移动设备完成交易的习惯,支付市场规模快速增长,手机用户渗透率持续提升。在此背景下,上市公司纷纷涉足移动支付产业链。

上市公司积极布局

根据易观智库的统计数据,2015年中国第三方支付移动支付市场规模达到了16.36万亿元,同比增长率为104.2%。在移动支付规模快速增长的同时,安全隐患也在攀升。

在此背景下,上市公司加快布局移动支付产业链领域。以天喻信息为例,公司围绕数据安全、在线教育、移动支付服务、移动终端安全服务、智慧零售O2O、纳税户综合服务等方面发展业务,主要收入来自电子支付智能卡销售。公司是国内最早布局移动支付终端安全领域的厂商之一,旗下子公司果核科技助力酷派推出了酷派首款支持微信指纹支付的高平台手机。

分析人士表示,天喻信息将继续与国内



各大手机厂商合作,扩大安全产品的终端刷机量,有利于未来布局终端安全应用服务。公司未来有望依托TEE(可信执行环境)技术与移动终端安全产业链各方展开合作,卡位移动支付终端安全市场。

新大陆也牵手拉卡金融,向电商数据、物流信息与信用数据分析不断延伸。近年来,公司还在二维码业务方面加速拓展,基本形成

覆盖全国的业务范围。

分析人士认为,新大陆在硬件端的深厚积淀,使其在支付行业的客户基础积累优势明显,公司数据端的稳定外延方向明确。在支付业务费率与支付制度改革的影响下,规范化经营的行业发展趋势明确。凭借在数据与供应链端不断的外延布局,公司有望全面提升自身支付生态建设。

产业快速发展

移动支付技术快速发展、智能设备普及、支付应用规模增长、O2O支付渠道铺开(商家入驻),以及商家使用补贴刺激用户使用等,成为推动产业发展的主要驱动力。

随着移动互联网的普及、智能手机渗透率的提高,网上购物支付逐渐从PC端转移到移动端。中国人民银行支付业务统计数据显示,2015年全年银行业金融机构共发生电子支付业务1052.34亿笔,金额2506.23万亿元。其中,网上支付业务363.71亿笔,金额2018.20万亿元,同比分别增长27.29%和46.67%;移动支付业务138.37亿笔,金额108.22万亿元,同比分别增长205.86%和379.06%。对于消费者而言,“便捷、优惠”是其使用移动支付的主要原因。

移动支付技术、支付安全技术快速发展。据业内人士介绍,NFC(近距离无线通讯技术)支付提供更安全、快捷的线下移动支付体验,有望颠覆银行卡消费形式,NFC支付规模有望达到数十万亿元;TEE环境可向移动应用服务商提供安全保护,多种移动设备、相关研究各类应用服务形成的生态系统具有极大价值空间。

三年来首度集体涨价 网络电视阵营迎成本大考

■ 陈维

以入侵者姿态进军彩电市场的互联网厂商,正集体迎来首个发展大难题,即成本大幅上涨。最新数据显示,今年8月,主流尺寸的电视面板价格上涨,其中40英寸、43英寸涨幅更是高达12%-15%,也就是说彩电成本大幅上涨。业内专家分析指出,这对于以低价竞争的乐视、小米、风行等互联网电视品牌将形成较大冲击,同时也将进一步验证互联网厂商所倡导的“内容盈利”新模式的可行性。

据记者了解,面板价格上涨主要是受地震和企业调整等因素的影响。

其实,早在两个月前,关于彩电要涨价的声音便在业内传出。7月,苏宁云商黑电公司常务副总裁陶京海在接受记者采访时便指出,液晶面板的价格已经在回调,尤其是40英寸左右的尺寸段。因为面板涨价影响到电视整机价格的传导周期大概有两个月左右,所以直到现在才开始有企业调整产品售价。就在前不久,乐视也率先发布公告称,自9月20日起,第4代乐视超级电视部分机型的价格上调100-200元,原因是受面板价格影响所致。乐视致新总裁梁军在接受记者采访时表示,整个市场面板的这一轮价格上涨非常迅速,乐视的定价跟其他厂家不一样,是以成本为标准,因此,乐视电视的定价很大程度上是跟着面板价格波动。“但我们会坚持互利定价的策略,面板价格下行时,我们的价格也会下调。”对此,业内人士指出,乐视此举一方面在于降低亏损,但更重要的在于试探市场对乐视超级电视模式的认可。

在过去的几十年里,彩电业面板涨价也曾有过,但彩电厂商往往很少直接上调价格。多是通过缩短产能控制亏损,更换新机型变相涨价以及降低配置等方式来保证企业的整体营收。这些策略在以往的竞争环境能改善企业经营,但如今却在互联网模式的冲击下变得并不可取。

王启咨询分析师李辰指出,互联网企业的加入,使得彩电业竞争局势升温,一方面企业在价格、服务上斗智斗勇,另一方面电商的普及打破了彩电的地域限制和信息不对称,企业必须全方位发展。在遭遇面板大幅涨价的情况下,稍微调整产品售价来保证产品品质和服务,其实是一个不错的办法。

谈及面板价格的上涨,业内普遍认为,会冲击整个电视行业现有格局,尤其是互联网品牌阵营。李辰表示,互联网电视阵营能够快速崛起,除了提供智能应用、视频点播服务外,与产品低价定位关系密切。而支撑互联网厂商能够低价销售的背后,是前几年电视面板行业产能过剩,面板供大于求的市场状况,在这种背景下,面板厂商欢迎新品牌的进入。但一旦面板供不应求,整个局势则可能发生逆转。

产业观察家洪仕斌也认为,纯代工模式注定互联网电视阵营对产业链上游话语权不足,当面板供不应求时,他们便会变得更加被动,要么产能受局限,要么成本大幅提升。在这种情况下,除非通过内容运营能够填补硬件亏损,否则原本就处于亏损状态的互联网电视厂商将难以以为继。企业要么被收购退出,要么与传统彩电厂商进行结盟,如乐视和TCL、风行与海尔的产业融合等。

央企将分三类进行考核 与企业负责人薪酬挂钩

■ 杨迪

国资委、财政部近日联合印发《关于完善中央企业功能分类考核的实施方案》(以下简称“方案”),明确将对中央企业分三类进行考核,考核结果将与企业负责人薪酬挂钩。

据了解,根据中央企业功能定位,兼顾企业经营性质和业务特点,“方案”将综合考核资本运营质量、效率和效益,以经济增加值为主,将转型升级、创新驱动、合规经营、社会责任等纳入考核指标体系,合理确定不同企业经济效益和社会效益指标,明确差异化业绩考核标准,实施差异化薪酬激励。

按照两部门对国有企业功能界定与分类的有关政策要求,对中央企业主要分为三

类实施考核:对主业处于充分竞争行业和领域的商业类中央企业,重点考核企业经济效益、资本回报水平和市场竞争能力。对主业处于关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域、主要承担重大专项任务的商业类中央企业,加强对服务国家战略、保障国家安全和国民经济运行、发展前瞻性战略性新兴产业以及完成重大专项任务的考核。对公益类中央企业,重点考核产品质量、成本控制和保障能力等。

财政部有关负责人表示,根据不同中央企业的功能定位,突出考核重点,实施分类考核,有助于引导企业积极适应市场化、现代化、国际化要求,加快提质增效升级,更好地服务于国家战略,实现国有资本保值增值。

值得一提的是,“方案”还明确,对中央企业的功能分类考核,由履行出资人职责的机构对企业负责人进行年度和任期考核,并将根据业绩考核结果,实行与企业功能定位相符合、与企业负责人分类管理和选任方式相适应、与业绩考核结果相挂钩的差异化薪酬激励机制,并将业绩考核结果作为企业负责人任免的重要依据。

这位负责人介绍,此次考核的主要目标是,逐步完善符合企业功能定位实际的分类考核制度,基本形成导向清晰、远近结合的业绩考核体系,与企业负责人分类管理和选任方式相适应、与业绩考核结果相挂钩的差异化奖惩体系更加有效,业绩考核的科学性、针对性和引领作用显著增强,进一步明确和实化国有资本保值增值责任。

9月发改委批复近660亿工程项目 交通设施投资超九成

■ 苏诗钰

据记者统计发现,9月份以来,国家发改委批复了十项重大工程项目,包括公路、铁路、机场等项目总投资达660亿元,公路铁路机场投资占比超过九成。

具体来看,9月份国家发改委批复的项目分别为:《关于福建省沙垵湾跨海公路通道可行性研究报告的批复》总投资为41.34亿元、《关于溧阳至宁德国家高速公路浙江省淳安段可行性研究报告的批复》总投资为96.13亿元、《关于新建兴国至泉州铁路兴国至化段可行性研究报告的批复》98.8亿元、《关于云南省保山至泸水公路可行性研究报告的批复》总投资为147.20亿元、《关于

调整黑河—布拉戈维申斯克黑龙江(阿穆尔河)大桥可行性研究报告的批复》5.47亿元、《关于广东省三堡至水口公路改扩建项目核准的批复》总投资为35.13亿元、《关于贵阳龙洞堡机场三期扩建工程可行性研究报告的批复》总投资为195.85亿元、《关于新建重庆武隆机场项目可行性研究报告的批复》总投资为16.79亿元、《关于迁建广西梧州机场项目可行性研究报告的批复》总投资为16.82亿元、《关于调整民航科学技术研究院航空安全实验基地工程投资的批复》总投资为6.46亿元。

目前来看,轨道交通行业景气度较高,“十三五”期间铁路建设投资将继续保持在每年8000亿元的高位,发展较为平稳,而城

市轨道交通行业将进入高速发展期。

平安证券分析师黎焜表示,今年上半年,国家发改委批复一系列铁路、公路、城市轨道交通等基础设施建设项目,前8个月国家发改委累计批复基建投资项目逾万亿元。在全球经济弱复苏的背景下,投资对各国经济增长发挥着重要作用。从中国来看,今年以来,投资仍是稳增长的主要力量。

“2016年上半年,中国铁路基建投资完成2646亿元,完成全年投资目标的43%,这意味着下半年还要完成3454亿元的铁路基建投资。铁路行业投资力度下半年将加大,稳增长财政政策发力,PPP将加速轨道交通业发展。”黎焜表示。

3D打印将成传统铸造业突围方向

■ 何晨阳

铸造业是制造业的基础,是高端技术装备创新发展的重要保障。记者调研了解到,我国已成为名副其实的铸造业大国,但面对大而不断的尴尬,业内人士认为,智能制造将是我国铸造业突围的重要渠道,为确保铸造业顺利转型升级,相关人士认为,宜以智能制造为契机,强化协同,助力我国铸造业由大变强。

中国机械工业联合会副会长、中国铸造协会常务副会长张立波在近日于宁夏银川市召开的全国铸造行业创新发展及转型升级经验交流会上说,2015年我国铸件总产量达4560万吨,约占全球铸件总产量的45%左右,相当于排名第2-10名的铸造大国之和,已连续16年居世界首位。

尽管如此,与工业强国相比,我国铸造行业仍大而不强,在产业结构、质量效益、自主创新能力、工艺装备、能源资源利用率等方面差距明显,转型升级任务紧迫而艰巨。工信部装备工业司司长李东认为,这主要体现在:一是结构性产能过剩问题突出,存在相当数量的落后产能,关键铸件质量的一致性和稳定性差距明显;二是自主创新能力较为薄弱,一些高端关键铸件仍不能满足国内重大技术装备的发展要求;三是部分专用铸造装备整体性能不高,特别是大型先进冲天炉等重大装备大量依赖进口;四是能源资源消耗和污染物排放高,高投入、高消耗、高排放、低产出、低效益特征仍较为明显。

3D打印或将成铸造业突围重要方向。今年年初,宁夏共享装备公司的3D打印铸件技术,因将传统铸造业从“傻大黑粗”带入“窈

窈淑女”的华丽转身而受到广泛关注。

记者调研了解到,共享装备公司在多个方面走在了行业前列,这些经验也得到了工信部等相关部门的认可。

首先,该公司以转变观念为引领,系统推进企业转型升级。共享装备公司董事长彭凡表示,面对国际金融危机的冲击,公司自2008年着手部署转型升级,从转变思想认识入手,强调“转型”之先“转心”,凝聚了企业系统推进转型升级的共识,从思想观念、产品、技术创新、设计制造、流程再造、内部管理、商业模式等八个方面加以推进,取得良好经济效益。

其次,以创新应用3D打印等新兴技术为动力,推动传统铸造方式变革。李东表示,宁夏共享装备公司积极适应新一轮工业革命的发展,敢于试错,推动3D打印、“互联网+”等新兴技术与传统工艺相结合,培育发展新业态、新模式,在国内率先实现3D打印批量生产铸件产品,开创了“铸造3D打印”等新技术+铸造智能工厂”的新型铸件生产方式,使铸件生产简单化,铸造车间用工量大减,产品合格率大幅提升。

第三,以数字化运营管理为手段,分步推进两化深度融合。宁夏共享装备公司2012年正式提出“数字化引领、创新驱动、绿色制造、效率倍增”的转型升级方针,紧跟国家推进两化深度融合等政策导向,编制了“全面集成的数字化企业(TIDE)”建设总方案,推动形成从新兴技术在“点”上创新应用、铸造智能单元“线”上集成,铸造智能工厂新型模式“面”上构建,铸造行业“体”上引领带动的分步推进格局,成为国家首批两化融合管理体系贯标企业、互联网和工业融合创新试

点企业和国家首批46家智能制造试点示范企业。

最后,鼓励员工开展“双创”为保障,激发创新活力和动力。张立波表示,宁夏共享装备公司善于“用外脑、集众智”,汇聚社会创新资源和智力,与中铸协、中科院、清华大学等机构开展了10余项产学研项目,并在公司内部搭建创新平台,组建研发团队,建立《科技创新奖励制度》,有效激发了公司员工的创新热情和活力。公司研发人员积极借助互联网、网上众包平台等获取研发设计信息,缩短新产品研发的时间和成本,将3D打印设备的研发时间从3年缩短至2年。



点企业和国家首批46家智能制造试点示范企业。

最后,鼓励员工开展“双创”为保障,激发创新活力和动力。张立波表示,宁夏共享装备公司善于“用外脑、集众智”,汇聚社会创新资源和智力,与中铸协、中科院、清华大学等机构开展了10余项产学研项目,并在公司内部搭建创新平台,组建研发团队,建立《科技创新奖励制度》,有效激发了公司员工的创新热情和活力。公司研发人员积极借助互联网、网上众包平台等获取研发设计信息,缩短新产品研发的时间和成本,将3D打印设备的研发时间从3年缩短至2年。

李东、张立波表示,智能制造是抢占新一轮产业竞争的制高点,作为装备制造业的基础,智能制造技术也是我国铸造行业未来的重点发展方向,工信部将全面剖析宁夏共享装备公司等代表性企业转型升级,进行新旧动能转换的成功经验,形成完整案例,为铸造行业企业转型升级提供经验参考。

酒类流通行业加快联合整合

■ 任明杰

近日,在中国酒业流通协会主办的中国酒业商业领袖50人论坛上,酒类流通行业的联合与整合成为焦点。同时,酒仙网联合十家公司共同出资设立供应链公司“酒仙联合供应链公司”。今年以来,酒类流通行业的联合与整合不断加快。随着酒业进入深度调整期,酒类生产企业与流通企业的联合与整合将进入加速期。

流通领域高度分散

近年来,随着酒业生产领域并购重组加快,行业集中度不断提升,茅台、五粮液等龙头企业的地位进一步稳固。面对这一局面,为增强自身竞争力和产业话语权,今年以来,酒业流通领域的联合也不断加快。

“与生产领域的高度集中相比,酒业流通领域呈现出高度分散和的局面。其中,茅台、五粮液等大型酒企有几千家经销商。这种局面对于生产领域来说短期也许有好处,但从长远看弊大于利。”华泽集团董事长吴向东指出,酒业生产领域的产业集中已经开始,未来有望形成8-10个酒业集团的产业格局。而业流通领域无论在沟通效率、管理成本,还是工作方式等方面都缺乏竞争力。面对这种局面,不少流通企业开始考虑联合。

对于此次成立“酒仙联合供应链公司”,酒仙网董事长郝鸿峰介绍,一方面,将在供应链终端部分借助酒仙网的上游资源,与上游酒企协调,打造定制产品和标品采购;另一方面,各股东公司将充分发挥线下连锁门店力量,通过标品及定制品的销售使得销量最大化,并快速打造渠道品牌。

今年1月,“中国酒业英雄联盟”宣布成立。该联盟采取“B2B平台+O2O平台+购销供应链平台+资本平台+社群分享平台”的模式,整合渠道内的资金、资源,向上游争取话语权,包括与酒厂共同推出大单品,获得更好的产品价格优势。此外,该联盟欲整合渠道商的资金,设立新经济投资基金,寻找新的盈利点。据了解,目前该联盟已经有7900户代理商加盟。

线上线下整合加快

除了联合,酒类流通企业的整合也进一步加快。随着“互联网+”对酒类流通行业的影响不断深化,“去中间化”大势所趋,线上与线下的整合进一步加快;同时,随着酒类电商竞争的日趋白热化,酒类流通企业的兼并重组进一步加快,行业迎来全面洗牌。

在酒类电商领域,龙头企业整合已拉开序幕。去年11月,酒类O2O电商1919发布公告称,与购酒网达成战略合作意向,并签署《战略合作意向协议》。合并后,1919与购酒网约定将在供应链、数据应用、物流配送、信息技术服务等各方面全面深入战略合作。

此外,酒类生产企业与流通企业,特别是电商渠道的联合和整合也在不断加快。在联合方面,以茅台为例,今年8月,茅台集团与阿里巴巴签署《战略合作备忘录》,将在电子商务、数据科技、营销推广、金融服务、供应链等领域战略合作。自8月开始,茅台集团旗下茅台电商与唯品会达成战略合作,贵州茅台进驻唯品会。

整合方面,去年4月27日,青青稞酒便公告称,拟1.44亿元收购中酒时代90.55%股权。公司表示,中酒时代是一家主营酒类产品的电子商务公司,主要通过自有网站和天猫、京东、1号店、当当网、苏宁等主流的电商渠道从事酒类产品电子商务贸易,拥有丰富的电子商务经营管理经验,与公司目前的主要传统线下营销渠道可以形成互补,收购完成后有助于公司快速取得电子商务销售渠道。

便民服务 QQ: 2581982218 电话: 69959066

注销公告
四川尚品源置业有限公司(注册号:510107000307915)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
成都尚品源贸易有限公司(注册号:510105000383788)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
成都郎福林科技有限公司(注册号:510105000383788)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。