

6月份出口近4万台低温深冷产品,创历史单月新高——

青岛营上电器家电产品走俏欧洲

本报记者 刘成 通讯员 刘耀泽

应变图存 企业在行动

位于山东省青岛市即墨区的青岛营上电器有限公司是当地一家知名冷柜生产企业,其生产的冰箱、冷柜、展示柜等家用电器,由于质量好、耐用度高,成为不少家庭的生活必选。目前,营上电器冷柜产品已经连续两年稳居欧洲市场前3名,更占据了英国冷柜、法国红酒柜市场份额的三分之一。

“今年上半年,我们的出口量大幅增长18%,6月份出口近4万台低温深冷产品,创历史单月新高。”面对新冠肺炎疫情,产品销售逆势上扬让营上电器执行董事李鑫信心十足。“6月份出口量出乎我们意料,海外订单由一开始的下降到近期爆发式增长,生产线也达到了满负荷状态,在年生产能力已达40万台基础上,预计今年还将增加25%。”

意料之外的出口量,是产品质量厚积薄发的必然结果。青岛营上电器有限公司自成立以来,深耕低温深冷技术,积极拓展海内外市场,开发积累全球各地优质客户,使

公司稳稳地占据了大片海外市场。同时,该公司加快自主创新,继续扩大与江南大学、四川大学青岛研究院产学研交流合作,突破多项低温深冷领域的技术瓶颈,陆续开发出A+++超级节能产品和超低温冷柜等一系列深冷、节能环保产品,各项指标均领先于国际同类水平,超越欧盟标准。

把刚钓上来的新鲜鲤鱼放进-86℃超低温冷柜,半小时后拿出,解冻后的鲤鱼重新出现生命特征,开始活蹦乱跳起来——这是冷柜领域津津乐道的速冻活鱼实验,也是该公司深耕深冷技术,质量至上的“活招牌”。

“我们的零下86摄氏度超低温冷柜在医疗、实验室等多领域广泛应用,特别是受疫情影响,今年的疫苗开发也市场广阔。”李鑫说,公司深冷领域的研发团队已经拥有近百项知识产权专利、3个国际标准实验室、8个现代化厂房,形成了-45℃、-50℃、-65℃、-86℃四大系列十多个型号的低低温产品矩阵。

“对冷柜的要求不仅是温度上的深冷保鲜,最重要的一点就是受冷均匀,最大限度地锁住食品或者是生物制品的新鲜程度。”营上电器综合部部长孙君鹏介绍,公司生产的冷

柜可用于三文鱼等深海产品深冷保鲜和储存,也可用于疫苗、化学试剂、生物制品等低温储存及电子器件、化工材料等行业的低温试验。

打开海外市场后,如何持续稳定发展并占据市场一席之地?青岛营上电器有限公司采用“引进来强化自身、走出去联合当地”的方法。高薪聘请德国工程师及行业专家,打造山东省级低温与深冷环保技术工程研究中心和省级深冷实验室。目前,已通过ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、ISO18001职业健康安全管理体系,产品先后通过CCC、CE、CB、PSE、SAA、DOE、ETL等国内外产品认证,让产品质量有了“全球认证”。除此之外,他们还加强与出口国企业合作,了解当地产业发展情况及消费者产品需求,与法国FRIO、法国CA-FOM、德国KBS、丹麦Scandomestic、英国Prodis、英国Capital Cooling等多家在当地有影响力的公司建立了联合研发、产销合作关系,针对欧洲市场不同地区的差异化需求,有针对性地开发不同系列产品,以个性化设计提高产品附加值,充分满足欧洲市场的需求。

企业发展离不开政府的支持。今年6月份,即墨区北安街道在辖区内规模以上企业之间搭建起了企业互助服务平台,仔细了解企业需求,精准解决企业问题。营上电器借助该平台与本地企业青岛浩晨包装有限公司对接搭桥,达成了100万元订单合作意向,大大缩短了企业产品包装出口运输距离,降低了包装运输成本。在技术改造方面,营上电器在当地街道牵线下,与多家国际化公司合作,投资2.3亿元,改造升级产品组装机检测自动化等3条生产线,协同国内高校及行业专家共建“超低温专家工作站”,凭借技术突破成为澳柯玛等公司的重要服务商,实现了从整机生产商到技术供应商的转变。

超低温医疗冷柜、医疗器械、智能物流柜、智能厨房家居项目等高附加值产品,将成为营上电器新的发展支柱。对于公司未来的发展规划,李鑫强调“调结构”,“相较于扩产能和找销路,技术上和产品上的创新迭代才是企业发展长远之计”。目前,营上电器正全力推进青智智能科技产业园建设项目,吸引产业链上游企业共同入驻,实现配件零库存、零运输的高效协作机制,以及上下游之间的无缝对接。

企事录

12亿流量补贴“三农”创作

抖音推出“新农人计划”

本报讯 记者李治国报道:近日,抖音宣布推出“新农人计划”,将投入总计12亿流量资源,扶持平台“三农”内容创作。特别是在今年脱贫攻坚决战决胜之年,针对来自国家级贫困县的创作者,平台将给予优先培训、流量加成等政策倾斜。

“抖音希望与有意愿、有能力建设服务乡村的创作者们一起,推动‘三农’信息传播,助力脱贫攻坚和乡村振兴。”该计划相关负责人介绍。

据介绍,“新农人计划”将从流量扶持、运营培训、变现指导等方面全方位扶持“三农”内容创作。

具体来说,抖音将拿出亿级流量、百万dou+等合计12亿流量资源,通过“入驻礼包”“农人积分榜”“新农人推荐官”等多种活动,给予“三农”创作者流量包和dou+奖励,帮助其解决冷启动和曝光不足等问题,让美好乡村被更多人看到。

在运营培训方面,抖音将推出多元培训课程,对不同阶段内容创作者提供个性化课程。针对初级创作者,重点巩固内容创作必备形式,提升创作者创作能力和信心;针对中高级创作者,则提供相应进阶课程。后续,抖音还将联合“三农”推出运营推广小技巧、短视频爆款法则、优质“三农”内容关键要素、直播带货等全方位培训课程。

在变现上,抖音将对加入计划的“三农”创作者提供星图、抖音小店等商业化变现工具使用指导,助力创作者快速变现。

“今年是脱贫攻坚决战决胜之年,我们将对来自国家级贫困县的创作者给予政策倾斜,包括但不限于优先培训、流量加成等。”“新农人计划”相关负责人说。

向“零售服务商”转变

苏宁强化县镇市场布局

本报讯 记者蒋波报道:近日,第三届“苏宁易购零售云合作伙伴大会”在南京召开。会上,苏宁控股集团董事长张近东首次提出苏宁将从“零售商”向“零售服务商”转变。

2013年,苏宁将家喻户晓的渠道品牌“苏宁电器”更名为“苏宁云商”,系统地提出了“店商+电商+零售服务商”的发展战略。此后,苏宁持续强化互联网零售能力,集聚物流云、金融云和数据云资源,打造了全品类苏宁易购线上平台。与此同时,把互联网技术移植到店面,打造了基于场景的互联网化门店,实现了全品类共享、全客群贯通的云商模式。

在巨头抢滩的县镇市场,苏宁零售云从2017年起步,在短短3年间发展了6650家店,营收也迈入数百亿元级规模,零售品牌商与合作伙伴同样实现了收入增长。今年上半年,虽然受新冠肺炎疫情影响,苏宁零售云依旧发展强劲,以每月新开店超过300家的速度在全渠道保持稳健增长。

“零售云模式是苏宁的创新。”在张近东看来,零售云是苏宁把互联网技术应用到零售流通渠道,建立起品牌云厂、苏宁云仓、零售云店“三云一体”的新型渠道架构。苏宁作为这一新型供应链的中间环节,建云仓、做云服,在上游服务生产商,让工厂实现零库存生产;在下游服务零售商,让零售终端实现零库存销售。

目前,苏宁零售云团队正大力推动家居、美妆等新类目的发展。在业态拓展上,正在大力推进小店创业合伙人计划。“零售云是面向本地市场的综合门户,对手不是当地的传统电器连锁,而是要与整个互联网零售行业对标。”张近东说。

中非经贸港:

为外贸企业助力解忧

本报记者 董碧娟 通讯员 蒋万鹏

受新冠肺炎疫情影响,众多外贸企业压力陡增。作为浙江省国际贸易集团和台州市政府联合打造的一站式外贸综合服务平台,浙江中非国际经贸港服务有限公司集金融服务、跨境电子商务、海外业务拓展和物流服务于一体,为当地广大中小微企业提供跨境电商服务,为外贸企业保驾护航。

据中非经贸港董事长朱鹏介绍,中非经贸港积极参与“一带一路”建设,为企业提供海外投资咨询等服务,运用中信保的政策性保险优势,助力企业产品从“走出去”到“走进来”。公司构建的跨境B2B电子商务平台——“港际通”TZ-SELLERS,能为广大中小微企业提供免费提供产品展示、交易撮合等服务,并帮助企业寻找订单,增加其业务量。同时,公司还结合“O2O线下体验+线上下单”运营模式,为企业打造便捷化、智能化、标准化和品牌化的浙江国贸进口商品展销中心。

“上半年我们的出口总额较去年同期下降了5.79%,不少中小微企业订单下滑。”朱鹏说,好在国家出台了大力度优惠政策,稳定了企业预期,当地税务部门推出线上快捷退税服务并及时落实税费减免,减轻了公司经营压力。

为更好帮扶企业尽享优惠政策,中非经贸港与国家税务总局台州经济开发区税务局合作推出了“中非大讲堂”系列活动,定期为广大中小微企业出口企业讲解政策。在当地税务部门“互联网+便捷退税”,取消出口退税预申报等便捷服务下,企业出口退税办理再次提速。上半年,中非经贸港帮助出口企业办理退税近1.58亿元。

“国家提高退税审核效率,鼓励我们做好代办退税业务,为更多出口小微企业服务。”中非经贸港财务经理王伟卫说。目前,中非经贸港总体出口额有所回暖,二季度出口总额较去年同期增长了8.75%。

朱鹏表示,中非经贸港将进一步积极探索“互联网+国际贸易”新型发展之路,改变传统外贸经营模式,帮扶广大中小微企业拓展出口业务,提高跨境进口发展与服务水平,积极推动地方产业转型升级、促进外向型经济发展。

本版编辑 梁睿

进入上市辅导期,估值已突破2000亿美元——

“小蚂蚁”一步步长成“大象”

经济日报·中国经济网记者 陈果静

8月14日,证监会浙江监管局官网公示了蚂蚁集团辅导备案文件。文件显示,蚂蚁集团正在接受辅导机构中金公司、中信建投的上市辅导。

备案文件还披露了蚂蚁集团持股5%以上的股东,分别为杭州君瀚股权投资合伙企业、杭州君澳股权投资合伙企业以及阿里巴巴集团。据报道,君瀚、君澳为蚂蚁员工持股平台。

备案文件显示,蚂蚁集团是中国最大的移动支付平台支付宝母公司,也是全球领先的金融科技开放平台。1个月前,蚂蚁集团宣布启动A+H股同步发行上市计划,蚂蚁集团董事长井贤栋表示,上市可以让蚂蚁更透明地面对世界、面对公众,同时也将更好地与全社会分享蚂蚁的成果和未来。

从便利网购的“支付宝”起家,蚂蚁究竟如何一步步长成“大象”?

“蚂蚁”因何而生

2003年,“支付宝”最初上线时主要针对在淘宝上购物的信用问题,即解决网购用户的需求,推出“担保交易”模式,让买家在满意所购产品后才将款项发放给卖家,以降低网上交易风险。

当时,“支付宝”只是一款专为淘宝网发展需要打造的支付工具。此后,淘宝网的发展又为“支付宝”带来海量用户。2004年,阿里巴巴管理层认识到“支付宝”在初步解决淘宝信用瓶颈后,不应只是淘宝网的一个附属,“支付宝”可以是个独立产品,为所有电子商务网站提供非常基础的服务”。同年12月份,“支付宝”从淘宝网分拆,并通过浙江支付宝网络科技有限公司独立运营,“支付宝”从淘宝网第三方担保平台向独立支付平台发展。

2004年至2013年,“支付宝”逐渐从服务电商交易的支付工具,发展为服务各行业的支付平台,随着移动互联网的发展,“支付宝”逐渐进入人们日常生活的衣食住行各个环节,为用户提供了极大便利,同时也成为移动生活方式的代表。

2014年,起步于“支付宝”的蚂蚁金融服务集团(蚂蚁金服)成立,并于2020年7月份更名为蚂蚁科技集团股份有限公司。旗下三大业务板块也日渐清晰——支付业务、数字金融业务和科技服务业务。蚂蚁集团先后布局基金代销(天弘基金)、银行(网商银行)、保险(国泰产险)等领域。数字金融板块的花呗、借呗、余额宝和蚂蚁财富平台等产品将客户与场景赋能合作金融机构,实现协同业务收入。此外,蚂蚁集团科技服务业务板块则通过输出体系化科技产品和科技解决方案收取产品服务费。

抓住上市时机

蚂蚁集团的标识虽然是一只小小的“蚂蚁”,但实际上蚂蚁集团这些年来发展速度惊人,已经长成了一头真正的“大象”。



图为一名乘客正使用“支付宝”扫码乘坐城际火车。自2019年1月份广深城际铁路在全国率先实现扫码乘火车后,目前“支付宝”扫码乘火车已经覆盖广东、浙江等多个省市的多座城际火车站。

有这样一组数据可以管窥这只“蚂蚁”的体量。最新数据显示,“支付宝”国内用户高达9亿,全球用户约13亿,是全球领先的非社交类应用软件。在国内,“支付宝”更是独占支付市场鳌头。今年一季度约占据55.4%的第三方支付市场份额。

虽然“支付宝”广为人知,但蚂蚁集团在做的早已不只是支付。目前,蚂蚁集团已成为全球最大的消费者财富管理平台。据蚂蚁集团2018年公布的融资文件,其当时管理资产就已达2.2万亿元。自成立以来,蚂蚁集团共经历了约9轮融资,最新市场估值已突破2000亿美元。根据申万宏源公司测算,蚂蚁集团在2020财年税前利润将达到281.53亿元。

自从成立以来,蚂蚁集团上市传言一直不断,不少动态都被外界解读为“为上市做准备”。那么,蚂蚁集团为何等了多年后要在此时启动“A+H”上市计划?

“科创板和香港交所推出了一系列改革和创新举措,为新经济公司能更好地获得资本市场支持,包括国际资本支持创造了良好条件,我们很高兴能有机会参与其中。”井贤栋表示。

中国人民大学金融科技与互联网安全研究中心研究员车宁认为,蚂蚁当前的业务模式是输出场景、技术、客流赋能金融机构等合作伙伴共同发展业务,随着资本红利、流量红利逐渐见顶,蚂蚁集团需要稳定、成

熟且大规模的融资渠道来支撑其业务正常运转。此外,在成熟的股权交易市场上,有利于公司治理结构不断完善和战略目标稳健持续,也能使公司价值具有公开且被广泛认可的评估机制,坚定各利益相关方的发展信心。

业内分析人士认为,蚂蚁集团上市是水到渠成的过程,且目前也是不错的时机。首先,从市场热度看,目前A股市场行情不错,且港股也被认为可能见底回升,此时上市是不错的时机。其次,科创板制度改革疏通了“同股不同权”的公司上市梗阻,也让蚂蚁集团上市成为可能。

此次蚂蚁集团启动“A+H”上市计划,也被认为是更加国际化的考量。一方面,在科创板上市的“硬核”科技公司很容易拿到较高的估值,投资者的回报也相对较为直接。另一方面,选择同时在港股主板上市,则更多考虑的是国际化问题。目前,上交所、港交所都已经表态欢迎蚂蚁集团上市。

强化科技输出

当前,蚂蚁集团的业务板块涉及支付、银行、消费金融、保险、基金、征信、评级、金融云、数据库、区块链等。但在蚂蚁金服更名为蚂蚁集团后,其未来发展也将更多转向科技输出。

蚂蚁集团CEO胡晓明在介绍蚂蚁集团

战略时说,多年来蚂蚁集团一直坚持科技公司定位,现在的目标是支持包括金融服务业在内的现代服务业数字化升级,与本地服务、公共服务和全球服务业提供商分享蚂蚁多年来通过金融服务场景发展出的科技和资源。

在今年3月份的“2020‘支付宝’合作伙伴大会”上,胡晓明还宣布“支付宝”升级为数字生活开放平台,聚焦服务业数字化的新战略目标,未来3年将携手5万服务商帮助4000万商家完成数字化升级。

这也意味着全面数字化升级是蚂蚁集团接下来的重要发展方向之一。“对于用户来说,‘支付宝’已不仅是一个支付或理财服务入口,而是解决日常生活所需的首选应用,如买菜、理财、预订酒店和申请贷款等。”胡晓明说。

业内分析人士认为,这意味着蚂蚁集团将面向商户和个人全面发力,并且战略重点向商户端倾斜。预计5年内技术服务费占蚂蚁集团总收入的比例将从2019年的50%左右上升至超过80%。与此同时,由于技术服务费比例上升速度较快,蚂蚁集团通过自有资金运营的持牌金融业务所获收入占总收入比例则会相应下降。

据阿里巴巴最新数据显示,“支付宝”已同本地钱包伙伴共同服务全球约13亿用户。截至2019年底,技术服务费占蚂蚁集团总收入超过了50%,已经成为其增长新引擎。