

毕马威报告解读中国消费零售 DNA

以消费者为中心才能“剩者为王”

本报讯 (首席记者 谈璿)消费品行业颠覆性创新正以前所未有的速度进行,年轻消费群体崛起,冲击现有业态。近日,毕马威与全球消费品零售论坛联合发布题为《2017年环球消费品业高管层关注焦点调查》的研究报告。

据了解,这份研究报告对来自31个国家与地区的企业和526名公司的高管进行了调研,涉及食品、饮料、消费品制造业和零售等诸多行业。研究报告显示,颠覆性的创新如火如荼发展,消费品行业

仍在经济增长疲软的环境下运行,包括地缘政治紧张等不安定因素导致了消费趋势、购物渠道和媒体的变革。

“在现今颠覆的市场环境下,只有紧跟不断变化的市场趋势不断革新,并时刻以消费者为中心,了解千禧一代消费者需求的企业,才能在这个竞争激烈的消费品市场中脱颖而出并获得业务的持续增长。”毕马威中国消费品零售行业主管合伙人钱亦馨这样认为。

报告提出,消费群体正在迅速

变化,作为在互联网陪伴下成长的一代,千禧一代成为了消费的主力军。电子商务、数字娱乐、共享经济,这些都是千禧一代最青睐也最舍得花钱的品类。调研结果显示,26%的中国企业高层认为年轻消费群体的崛起将在未来两年严重冲击现有公司业务,而这一比例在美国仅为17%,在日本仅为5%。

毕马威中国消费品零售行业咨询业务主管合伙人林伟表示,中国社会的消费升级现象以及消费形式日趋多样化,导致企业对于目前的

消费者需求也越来越难以掌握。零售者们应积极拥抱变革,只有真正做到以消费者为中心、把营销的重心从销售产品转变为真正解决消费者需求的企业,才能在中国现今颠覆的消费品市场上站稳脚跟并获得长足的业务发展。

2017年毕马威全球调查结果显示,33%的消费品公司主管们认为客户忠诚度和信任度是头等大事,以客户为中心,利用客户大数据分析、智能供应链应用或拥有高客户参与度,这样的公司才更有可能

创造更高的业务收入。

报告认为,目前不同的革新技术已经在全球不同的制造商和零售商中广泛应用,如人工智能、移动计算、云计算、物联网、虚拟现实、机器人、3D打印等。更多的公司希望在未来的两年里,大幅度增加对以上新技术的投资。因此,企业应朝着真正由消费者需求驱动的供应链发展,让人们更容易接受日新月异工业和供应链技术,尤其是机器人技术、虚拟现实技术和人工智能。

制造业“牵手”互联网到底是啥样?

日前召开的国务院常务会议审议通过《深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》,为深化制造业与互联网融合发展提供实现路径。

工业互联网是张什么“网”?又是如何将“制造”和“互联网”深度融合的?

到2025年,实现覆盖各地区、各行业的工业互联网网络基础设施基本建成,标识解析体系不断健全并规模推广,形成若干家具有国际竞争力的工业互联网平台等;到2035年,我国工业互联网重点领

域实现国际领先;到本世纪中叶,工业互联网综合实力进入世界前列……据工业和信息化部副部长陈肇雄介绍,我国将分2025年、2035年和本世纪中叶“三步走”,构建与我国经济社会发展相适应的工业互联网生态体系。

而早在2009年,中国工程院院士李伯虎即率先提出了“云制造”的概念,真实反映了“工业互联网”的互联网特性。李伯虎认为,在云制造应用模式下,企业在制造过程中的协作配套关系是“因需要而随时协作”,通过互联网找到适合当前任务

的配套企业,任务完成配套关系随时解除。云制造模式是智能制造和协同制造模式的升级,目前已在部分企业内部工业互联网上试运行。

正如互联网可以便捷人们的生活一样,互联网也可以为工业企业提供供需对接、信息共享以及产业链配套服务。以更公开透明的方式为企业寻求到适合的供应商,提供包括创意、设计、制造、投资等全产业链的服务。

据悉,工信部将积极推动工业互联网平台建设,推动企业加速向互联网化转型,在建设国家级工业

互联网平台和一批行业互联网平台的同时,鼓励企业开展数字化改造,制定支持企业上云的政策措施和操作指南,加快信息系统向云平台迁移的步伐。

“未来有两种企业,一种是新生代企业,还有一种是数字化转型实现重生的企业。”用友网络董事长兼CEO王文京认为,通过互联网实现企业的业务创新、管理变革,并将金融服务嵌入其中,这是未来工业互联网发展的重要方向之一。

新华社记者 胡喆 马剑 (据新华社北京11月12日电)

网络餐饮服务食品安全监督管理办法出台

网络餐饮服务食品安全监督管理办法出台

本报讯 (记者杨硕)针对各大外卖平台的监管力度在进一步趋严。国家食品药品监督管理总局日前在官网发布《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》(以下简称《办法》)。《办法》规定:入网餐饮服务提供者应当具有实体经营门店,并依法取得食品经营许可证,不得超范围经营。《办法》共46条,将于2018年1月1日起施行。

值得一提的是,《办法》规定:入网餐饮服务提供者应真实地在网上公示菜品名称和原料名称。同时,《办法》指出,第三方外卖平台应当加强自检,并要求网络餐饮服务第三方平台提供者应当设置专门食品安全管理机构,配备专职食品安全管理人员,每年对食品安全管理人员进行培训和考核。“培训和考核记录保存期限不得少于两年,经考核不具备食品安全管理能力的不得上岗。”

事实上,饿了么、美团外卖、百度外卖等此前已经成立网络订餐平台行业自律联盟,对餐品进行自查抽检,并同步处理问题商品。业内分析指出,随着《办法》的执行,外卖平台将加强对商户监管,网络食品经营的市场环境有望得到进一步的净化。同时,在经历了多年的野蛮生长之后,外卖线上市场将进一步规范。

高管“变身”快递员 深挖线下消费体验



睿思达与年轻“奶爸”王先生交流科学育儿心得 孙川 摄

本报讯 (记者 张钰芸)企业高管“变身”快递员,在接到“双十一”订单后,为北上广三地消费者送上奶粉。而在高管快递团的背后,是随着电子商务业务发展的深入,美赞臣深挖线下消费体验的深意。

11月11日,美赞臣大中华区总裁睿思达“变身”快递小哥突然出现在上海某小区,为网购者快递来美赞臣的蓝臻奶粉,与年轻“奶爸”王先生展开一场育儿知识大PK。美赞臣表示,过去数年,电子商务已经成为大中华地区增

长最迅速的渠道,在可预测的未来,这一渠道仍将持续发展,而赢在主要渠道是美赞臣未来五年的业务战略重点。随着中国电子商务业务发展的深入,深挖线下极致消费体验将是电子商务未来的拓展方向。

老字号承载工匠精神 品牌价值亟待挖掘

本报讯 (记者 杨硕)由上海中华老字号企业协会主办、新华社中国金融信息中心等单位协办的首届“中国红”中华老字号文化节日前在沪成功举办。

老字号拥有世代传承的独特产品、精湛技艺和服务理念,承载着中华民族工匠精神和优秀传统文化,具有广泛的群众基础和巨大的品牌价值、经济价值

和文化价值。

上海中华老字号企业协会会长董勤认为,服务老字号,发挥桥梁纽带作用,推动老字号改革、创新、发展,助力老字号品牌振兴,提升老字号品牌价值,促进老字号创造更多社会、经济和文化价值是上海中华老字号企业协会的使命与职责。本届文化节旨在促进老字号改革创新,保护传

承老字号,进一步优化老字号发展环境,促进老字号创造更多社会、经济和文化价值。

值得一提的是,国产知名品牌回力鞋业在文化节上与双钱轮胎共同签署了飞跃品牌转让协议,宣告了飞跃的回归。回力鞋业执行董事周炜告诉记者,此次之所以说回归,也是源于以前的基因交互,飞跃的生产商是上海大博文鞋业,大博文鞋业隶属于双钱轮胎集团,而双钱轮胎集团与回力都属于上海华谊集团,随着飞跃品牌归入旗下,相信这个老字号品牌将焕发新的发展活力。

上海迪士尼首个财年盈利

本报讯 (记者 杨玉红)华特迪士尼公司日前宣布了截至2017年9月30日的2017财年第四季度及全年财报。上海迪士尼度假区在第一个完整运营财年获得了运营收入,超过了公司对其首个财年实现收支平衡的预期。

据华特迪士尼公司2017财报显示,本财季,华特迪士尼公司营收127.79亿美元,稀释每股收益(EPS)同比增长3%至1.13美元。本财年,公司全年营收达551.37亿美元,净利润为89.8亿美元。

在电话会议中,首席财务官克里斯汀·麦卡锡说道:“上海迪士尼的运营收入增长来源于其增加的客流量,以及小部分来自其与去年第四季度相比较低的市场营销成本。上海迪士尼度假区在其第一个完整运营财年获得了运营收入,轻松超过了我们对其首个财年实现收支平衡的预期。”

同时,位于上海的主题园区的建设接近尾声,预计将于明年夏季前开幕。

新三板总市值达51433亿元

据新华社北京11月12日电 (记者 郭宇靖)根据全国中小企业股份转让系统(新三板)披露数据,今年以来新三板挂牌公司累计成交金额1912.45亿元,累计发行股票金额1091.16亿元,有2240家公司完成了股票发行融资。

上周(11月6日至10日)新三板新增49家挂牌公司,成交金额43.7亿元,较前一周增长11.17%。上周成交金额过亿元的股票共8家,其中长江医药、莫森泰克和拥湾资产三家公司成交金额最高,分别为2.01亿元、1.93亿元和1.66亿元。

到11月10日,新三板总市值达51433.91亿元,挂牌公司11639家。新三板挂牌公司总股本达到6852.54亿股,其中流通股本3381.96亿股。

上海市经济管理学校
首开幸福课程 倡导幸福德育
www.sems.cn