

为拓产品线 汇源进军运动饮料市场

■ 本报记者 袁 远

以1.18亿元的价格并购三得利食品后不久,汇源果汁又将目光投向了运动饮料市场。近日,汇源方面表示,已经推出首款可补充活力的果汁饮料。

果汁市场提升空间有限

目前,汇源在果汁行业所占的市场份额较高,市场再提升的空间相对有限,扩充产品线成为比较棘手的问题。据AC尼尔森数据表明,汇源果汁的销量占果汁品类市场份额的56%,零售市场份额的50%;中浓度果汁品类占市场份额为45.2%,零售市场份额38.5%。绝对是果汁市场的领导者。相比之下,果汁以外的其他饮料产品销售额占比为18.5%,下滑14.3%。可见,2013年汇源果汁的营收依旧由中高浓度果汁支撑。

早在2008年,在汇源果汁与可口可乐交易失败后,一系列连锁反应给汇源带来一段时期的阵痛。汇源集团董事长朱新礼一直试图为汇源寻找果汁以外的新增长点,而汇源农业、汇源果业的成绩似乎都难以给其带来高增长业绩。而同年,王老吉(加多宝前身)却以120亿元的营业额傲视国内茶饮料市场。于是,汇源集团通过竞拍获得茶饮料“旭日升”全部164枚商标所有权,朱新礼试图用“旭日升”丰富茶饮料产品线,依托汇源优势延伸完善整体产业链,携冰茶概念杀人国内如火如荼的茶饮料阵营中,但至今以1201万元真金白银换来的“旭日升”,却依然处于停产状态。

在以1.18亿元的价格并购三得利食品后不久,汇源果汁又将目光投向了运动饮料市场。据悉,国内功能饮料人均消费量仅是全球水平的1/10,未来市场空间较大。但是国内运动饮料市场呈现出一家独

大的局面,红牛占据80%的市场份额,其他如健力宝、佳得乐、脉动及后来者启力、乐虎等市场份额都较小。业内人士表示,这次,汇源推出运动型饮料旨在丰富产品品类,以提高企业营业收入,改变汇源果汁的营收依旧由中高浓度果汁支撑的局面。但若从整个行业竞争程度和汇源果汁自身的品牌形象两方面考虑,汇源果汁发展运动饮料还面临较多挑战。

功能饮料市场有待开拓

有行业人士透露,据不完全统计,2013年,整体饮料市场将近2000亿元,行业整体增长在10%左右,但功能饮料的增幅是3倍于整体行业的速度。根据AC尼尔森的零售数据,功能饮料市场这两年一直保持着超过30%的增幅。其中,2012年市场同比增长38%,2013年同比增长36%。品牌专家表示,这次汇源进军功能饮料市场,也



正是看好了其在市场上的高增长性。

汇源此次推出的Freenergy飞能活力补充饮料,其目标受众为喜欢运动健身、把运动当做生活一部分的人群。首发上市共推出西柚、水蜜桃、青柠三种口味。作为汇源首款活力补充饮料,其果汁含量为10%,产品中含有多种天然维生素和电解质。其中,电解质可快速补充身体因流汗流失的钠、钾,而天然果汁和B族维生素能够提供人体所需的维生素,提升人体代谢及抗氧化能力,使运动后能快速补充营养,恢复体力。

品牌专家杜洋表示,目前市场中功能饮料市场的整体发展似乎有点“跑偏”,很多企业的产品都是太注重“功能”,而忽视“健康”,汇源这次则是着力打健康牌。不过可以断定的是,要在这个市场站稳脚跟,赢得消费者的心,必须是“功效与健康齐飞”。未来国内功能饮料市场格局的变化很值得我们去关注。



商业观察

“小团圆”或致投资方 亏损超2500万元

■ 韩 朝

杜汶泽因素只是这部电影的一个插曲,背后是内地、香港合拍文艺片的落寞,沉默是华谊兄弟目前唯一的选择。

由华谊兄弟参与投资并发行的《人间小团圆》(以下简称“小团圆”)5月8日上映至今,总票房共计2000多万元,不及同期上映、由光线影业等三家联合出品的《同桌的你》首映当日的票房。“小团圆”上映第五天,排片1.1442万场,占总数的7.13%。

如果再不采取应急措施,该片的总票房预计为5000万元左右,而发行方与院线是以43%与57%的比例分票房,这意味着该片5000万元的投资要亏损超过2500万元。

“我们已下文,‘小团圆’减少排片或不排片。”国内某知名院线的相关负责人告诉记者,“杜汶泽的言行,其是要负责的,而院线也应该有态度。”

有接近制片方的知情人士表示,目前制片方的心态就是眼睁睁地看着制作还算精良的片子“渐渐死去”。

内地网友对杜汶泽的抵制最初是在今年3月,当时,杜汶泽因多次发表争议性的言论遭大批网友抵制,他还曾反击称:“有本事阻止我来大陆”。此举激起众多网友的愤怒,微博上“阻止杜汶泽来大陆”已成为热门

话题,目前已有25万人参与讨论此话题。

而“阻止杜汶泽来大陆”成为微博热门话题时,“小团圆”的前期宣传已经开始,档期也已确定。

导演彭浩翔首度在公开场合回应称,杜汶泽在“小团圆”中的戏份不会被删,并建议观众可以在他出现时遮住眼睛:“不删戏不是因为支持他,而是我希望观众看到完整的故事。”

“在这个事件整体发酵的情况下,就算把影片往后延迟两月上映,结果还是会一样,这已不是一部影片的质量与营销成功与否去衡量的事了。”上述知情人士表示。

然而现实是残酷的,数据显示,“小团圆”首日入座率仅15%多一点,是热映影片中最低的一个。首日票房仅为300万元或450万元(目前没有确切数据),远远不及《同桌的你》、《催眠大师》首映日2000万元以上的成绩。

在各个影迷打分网站上,“小团圆”均跌破下限,大量网友没看电影便给出差评,且言辞激烈。

“客观地说,这个时候,无论删不删杜汶泽的戏,对于最终的票房已不会有太大改变,因为这部影片类型化的定位还是不准,其排片与票房方面,我们最初并不十分看好。”上述院线负责人表示。

统计显示,2000年以来在国际上获得



重要奖项的数十部国产文艺片中,票房过亿的只有《色戒》、《白鹿原》、《白日焰火》等3部影片。2011年上映的《桃姐》和2012年上映的《观音山》也取得了逾7000万元的较好票房成绩,但更多影片的票房则不及1000万元。

“千万线”已成为多数得奖文艺片的“魔咒”。在这片失落的市场中,香港的文艺片又会是怎样的命运?

2003年,CEPA(《关于建立更紧密经贸关系的安排》)的签署催生了香港和内地合拍片。

2004年,合拍片的票房总额达到了8亿元,在当年票房排位前十的华语片中,合拍片就占了八席。

随着合作关系更加紧密,“香港导演+内地投资+内地演员”的基础模式越发凸显,但动作、警匪片和古装武侠片等带有香港地方色彩的类型片一度是合拍片的“最爱”。

但值得思考的是,在迅速发展的中国电影市场中,香港与内地的电影人该如何合作,才能走出那些“狭隘”困扰,成为中国电影产业的中流砥柱?

财经动态

中石油联手两央企 勘探重庆页岩气

日前,记者从重庆市国土资源和房屋管理局官网获悉,近日,该局和中国石油天然气股份有限公司、国家开发投资公司、中国中化股份有限公司,签署了合作投资成立重庆页岩气勘探开发有限责任公司合作意向书,重庆地区合作区块范围内页岩气资源勘探开发、生产、销售均由该合资公司负责。四方协议,力争在6月底完成公司组建,并实现第一口井开钻。

四川美丰拟出资1亿元 设立天然气投资公司

四川美丰近日发布公告,公司拟出资1亿元投资成立全资子公司四川美丰天然气投资有限公司。该子公司的经营范围包括:天然气行业投资、新能源技术研究及技术转让等。

(本报综合报道)

“腾计划”助力 中小企业转型升级

■ 本报记者 范丽敏

“大力推进信息化与工业化深度融合是促进工业转型升级,走新型工业化道路的必然选择。”近日,工信部党组成员、总工程师朱宏任在2014中小企业信息化服务信息发布会暨中小企业信息化培训启动会上指出,促进两化深度融合,就是要利用信息技术的渗透性和带动性,充分发挥信息化在改造提升传统产业、培育战略性新兴产业中的重要作用,提高信息化条件下我国企业的核心竞争力。

朱宏任进一步强调,今年以来,中小企业数量快速增长,部分小微企业发展中困难增多,主要表现为要素成本较高、市场开拓乏力、融资难融资贵、难以有效提高自身素质等。信息化是帮助小微企业克服当前困难的有效手段,迫切需要借助丰富的社会服务资源,推动中小企业信息化,支持小微企业健康发展。

为了落实工信部《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》,中国网库去年11月推出了加速中小企业电子商务应用的“腾计划”工程。

王海波说:“近两年,我们发现大量中小企业急需开展电子商务应用,但普遍缺失低成本进入的方式方法,基于此,中国网库于2013年11月在中小公司的指导下,推出了配合‘专精特新’工程的中小企业电子商务应用‘腾计划’工程,旨在帮助他们开展

网上批发分销业务,并逐步从批发生意走向网上零售。”

据王海波介绍,“腾计划”的核心任务是在全国范围内举行全国最大规模的企业电子商务应用培训。为了实现效果以上规划,“腾计划”工程主要包括:一是在全国150个主要城市,三年之内开展5000场电子商务培训,培训不少于100万家中小企业。二是每年在全国各省推动3万家以上实体企业免费使用价值7200元的“单品通”网上批发分销工具,三年推动10万家企业通过单品通开展网上批发业务,成为各地中小企业的电子商务示范工程。三是充分利用中国网库全国50个省级运营中心,扶持不少于1000家各个单品领域的领先企业,构建单品交易平台,让企业自己成为单品电子商务平台的主导者,每个平台每年扶持不低于20万的运营成本。以上三项工程三年预计总投入20亿元。通过“腾计划”,中国网库将推动10万家开通单品通的企业,每年提升不少于总值5000亿元的交易额。

截至目前,中国网库在全国已经开展60多场在当地都非常有影响力的实体企业电子商务应用培训会,像兰州等地都是副市长亲自出席推动,参加的企业主要以“专精特新”工程的中小企业为主。已经免费开通单品通会员企业6000多家,扶持打造各类单品交易平台240多个。

XP首个“裸奔日”来临

多家企业争食60亿元市场

■ 本报记者 陶海青

按照惯例,微软公司在每个月的第二个星期二都将定期发布系统更新补丁。微软表示,将继续对Win7、Win8等系统推送新的漏洞补丁,但不再为Windows XP提供更新程序、漏洞补丁。于是,5月13日这一天被业界称为Windows XP停止服务后的首个“裸奔日”。

毋庸置疑,产品的更新换代是必然。开发推出新产品,追求新的利润增长点,这是所有企业的营收过程,无可厚非。另外,旧产品的维护需要人力、物力和财力,微软公司没有义务对已存在了13年的产品继续提供免费服务。

微软的选择

数据显示,XP的全球市场占有率曾一度超过76%。但用户的增多也成为负担,随着云计算、移动、社交、大数据等新兴信息技术的快速发展,XP已经很难满足用户在现代办公和娱乐的需求,也不足以应对当前网络安全的威胁。

而令微软感到更大的困扰是,维护的成本高企,据说XP受到病毒和安全威胁的频率比Win7、Win8高出6倍。于是,微软不断地给XP打补丁。打补丁的成本越来越高,

而必要性却越来越低,在过去13年里,70%的中国用户没有选择使用微软定期推送的安全保护服务。原有的优势转成企业的短板,微软面临着挑战。

与此同时,新的竞争者正在蚕食微软已有的市场份额。为此,微软开始转型,显而易见的是,耗费极大成本继续为XP打补丁正在拖延企业转型。

虽然XP仍“食之有味”,但微软选择了放弃,决绝地改变自身,这是微软公司面对困境的战略调整。

但也有分析人士称,微软公司此举是为了逼迫众多的XP用户升级到Windows 8系统。据统计,中国有2亿台电脑仍在使用XP系统。这些用户的系统升级,将给微软带来数以百亿计的收益。

第三方公司争相接棒

没有了源源不断的漏洞补丁,在黑客眼里,联网计算机就成为待宰的“肉鸡”。于是,国内众多网络安全公司纷纷推出自己的XP专用安全防护软件,争夺用户。

有数据预计,XP退役后,新增的中国信息安全市场规模或超过60亿元。

业内人士指出,中国企业忙着与微软合作,或是看上微软停止提供XP安全更新后