

· 公司报道 ·

## 腾讯与菲克中国合作智能网联云平台

北京商报讯(记者 魏蔚)腾讯车联网合作名单中又添一家车企。12月10日,腾讯与菲亚特克莱斯勒(以下简称“菲克”)中国区宣布,将在汽车智能网联领域开展全方位的深度战略合作。据悉,腾讯将基于云、AI、安全以及生态内容等领域,帮助菲克在中国市场打造新一代智能网联云平台,服务菲克旗下Jeep、玛莎拉蒂以及阿尔法·罗密欧三大品牌。此前,腾讯已经与15家车企在车联网领域达成合作。

据了解,合作一期,腾讯将为菲克中国构建云端的连接能力以及平台能力,帮助菲克中国打造一套智能网联云平台。平台初期将搭载包括远程控制、远程车辆状态查询、远程诊断以及基于车辆位置的LBS服务等功能;同时,腾讯将帮助菲克中国建设用户账户体系平台,打造统一用户ID,使车企能够更加全面地了解用户需求。未来,双方将不断扩展面向用户出行场景的车联网服务。

据悉,双方还将进一步深入合作,拓展智能出行、娱乐出行以及社交出行领域的功能落地,为菲克车主提供车上服务,探索通过全语音交互的方式实现人、车、环境的互联。

除与菲克中国的合作,腾讯在车联网领域已经与宝马、长安等15家车企建立合作关系,45款合作车型正在落地,联合超过300家头部生态合作伙伴为车主提供服务。

其中腾讯与长安汽车在2018年上半年宣布新建合资公司,着重开展与车联网整体方案打造及运营相关的系列业务,加速汽车智能化的推广普及。

从产品层面看,腾讯分别针对IoT-B和IoT-C领域推出智能车联网产品。9月14日,腾讯推出腾讯车联网开放平台,为汽车行业伙伴进一步开放具备腾讯内容的服务API,还一次性推出面向用户的系列产品,包括车联网ROM、车联网App以及通过微信、QQ连接汽车的“我的车/MyCar”服务。

腾讯高级执行副总裁汤道生表示:“汽车出行是腾讯探索产业互联网的重要场景。腾讯致力于出行产业升级的‘数字化助手’和‘连接器’角色,全面开放核心能力和生态资源,为车企合作伙伴提供行业解决方案。”

## 物联网公司G7完成3.2亿美元融资

北京商报讯(记者 石飞月)12月10日,物联网科技公司G7宣布,已于10月完成新一轮3.2亿美元融资,这已是该公司第五次融资。本轮融由厚朴投资领投,宽带资本、智汇基金、晨山资本、道达尔风投、泰合资本参与共同投资。G7现有股东普洛斯、中银投资、腾讯等继续追加投资。据了解,本次融资创下全球物联网领域融资金额最高纪录。

此前,G7已先后完成A轮3000万美元、B轮4500万美元、C轮4500万美元、C+轮7000万美元融资,投资方包括腾讯、普洛斯、淡马锡、中银投资、国开金融等多家大型机构,G7已成为全球物联网领域最具价值的科技公司之一。

据介绍,G7基于行业独有的人工智能与物联网(AIoT)技术平台,向大型物流企业及数以万计的货运车队提供车队管理综合解决方案,覆盖安全、结算、金融、智能装备等车队运营全流程。G7还与合作伙伴共同研发自动驾驶卡车运营网络,向车队提供全局化的智能装备和资产运营服务。截至目前,G7服务的客户超过6万家,连接车辆超过80万辆,已成为全球最大的车队综合管理与服务平台。

G7创始人兼首席执行官翟学魂表示,基于物联网、大数据和人工智能的全局智能化车队正在彻底改变现有车队运营模式,成为新一代的物流基础设施,并从根本上提升行业效率。新一轮融资将支持G7继续AI+IA(人工智能+智能资产)战略布局,以推动传统物流行业向自动化和智能化方向转型。同时,新一轮融资也将继续支持G7吸引顶尖人才队伍、扩大研发投入,深化在各领域的布局。

## 华统股份半年注册3家企业谋扩张

北京商报讯(记者 李振兴)12月10日,华统股份发布公告称,已完成河南华统固佳食品有限公司(以下简称“河南华统”)的注册,这已经是半年内华统股份注册成立的第三家企业。同时,华统股份还收购了3家企业。业内人士认为,目前,在生猪和猪肉制品行业内,各企业都在全面布局,华统股份为保持竞争力,也必须加快布局步伐。

据了解,河南华统注册资本为5000万元,华统股份出资3000万元,河南固佳出资2000万元,该企业将主要从事畜禽屠宰加工、销售业务。12月7日,华统股份完成丽水市华统食品有限公司的注册手续,该企业将以生猪、家禽屠宰、肉制品加工业务为主;11月2日,华统股份注册成立浙江华统食品贸易有限公司,主营肉蛋批发。半年内,华统股份已注册成立3家企业。

此外,近期华统股份还收购3家企业。9月13日,华统股份以1232万元收购东阳康优80%股权;11月5日,以675万元获得六和食品51%股权;11月6日,以1016万元收购金华屠宰80%股权。

华统股份相关负责人表示,上市之初,华统股份就制定了从区域性企业向全国性企业迈进,以畜禽屠宰为核心,发展全产业链的战略目标。目前,注册与收购等一系列动作,均围绕该目标在推进。

业内人士认为,猪肉行业集中度低、长期分散竞争,行业正处在整合期。作为上市企业,华统股份必须尽快壮大自身体量,才能在未来行业竞争中持续保持竞争力。

数据显示,2017年,华统股份营收47.15亿元,净利润仅为1.2亿元。而行业龙头企业双汇发展营收505.8亿元,净利润高达43.19亿元,体量远大于华统股份。

## 雀巢召回问题奶粉 中国“幸免”

以巧克力和速溶咖啡闻名的雀巢,却栽在了它的发家本领——婴儿食品上。近日,雀巢宣布在德国召回一批恩敏舒氨基酸婴儿配方奶粉的事件闹得沸沸扬扬,幸运的是中国市场在此次风波中“幸免于难”,也让家长悬着的心得以落地。对于雀巢而言,刚刚扭转了中国市场业绩下滑的不利局面,断不能让第二大市场再受波折,如今在中国进入而立之年的雀巢,如何保住这块宝地也十分关键。

## 不涉及中国市场

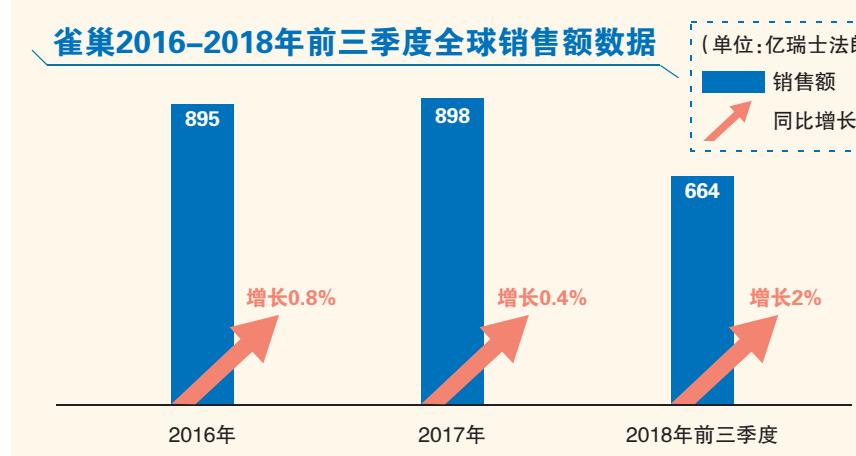
近日,雀巢在德国官网发文称,日前在德国召回一批恩敏舒氨基酸婴儿配方奶粉,原因为部分产品矿物质含量过高,可能引起儿童不适,如有影响必须立刻就医,问题产品是生产批号为80250346GA的400克装恩敏舒氨基酸罐装奶粉。对于该批次产品,雀巢已通知经销商和零售店停止销售并召回,已积极组织专家团队进行讨论研究,寻找导致矿物质含量过高的原因。

12月10日,北京商报记者就此联系雀巢相关负责人,该负责人表示,“恩敏舒氨基酸婴儿配方奶粉召回不涉及中国市场,受影响的产品批次仅针对德国市场且数量有限,产品质量和安全是我们关注的重点,对此造成的不便我们深表歉意”。

资料显示,恩敏舒是针对牛奶蛋白过敏婴幼儿研发的100%氨基酸特配奶粉,为雀巢旗下婴幼儿奶粉系列中的拳头产品之一,适用于0-12个月的婴幼儿。

虽然中国市场躲过了这次风波,但在奶粉这块生意上,雀巢并不算是“初犯”。4个月前,智利卫生部发布警报称,雀巢NAN早产儿配方奶粉检测出细菌超标,同时公布了细菌超标的产品批号为L80190346AH,于今年5-6月流入市场。

国内市场也并未一直如此安全。今年4月16日,国家市场监管总局首次通报婴幼儿奶粉生产企业飞行检查结果,其中4家婴幼儿奶粉企业存在缺



陷,雀巢就是其中之一,另外3家分别为美赞臣、飞鹤以及美庐。根据当时的函件,双城雀巢在生产许可条件保持、食品安全管理制度落实等方面存在缺陷。据了解,该公司是由瑞士雀巢公司与黑龙江双城市乳食业公司共同投资兴建的一家合资企业。

## 本土化深耕

对于本次召回奶粉未流入中国市场,一位不愿具名的业内人士分析认为,雀巢涵盖板块众多,基本为全产业链布局,而且能够做到将产品进行本土化改造,以适应不同市场消费者需求。同时,全产业链布局也能够将经营风险降到最低。近年来,雀巢快速反应以及对市场的敏锐度做得很到位,这也是雀巢在中国市场较为成功的原因。”他说。

事实上,近年来,雀巢十分看重中国市场。雀巢大中华区董事长兼首席执行官罗士德表示,中国已经成为雀巢第二大市场。目前,中国消费升级使电子商务和跨境电商发展迅速,企业应对这些挑战,需要利用新技术对产品进行创新改良,并加大服务的力度,贴近消费者。

目前,众多企业均参与中国市场竞争,产品已出现同质化现象,因此巨头间的竞争已转为品牌和科研实力的竞争,而乳企也从单纯奶粉产品向营养品领域转型。在该趋势下,

4月24日,雀巢集团宣布在华斥资10亿元建设的江苏泰州新工厂竣工,作为雀巢首座在华投建的特殊医学用途配方食品工厂,该厂也被认为是雀巢争夺中国特医食品市场的重要战略布局。

值得一提的是,在目前A2奶粉不断得到消费者热捧时,雀巢也在不断发力该奶粉细分市场。此前,雀巢在华全球首发一款A2婴儿配方奶粉。2018年10月,雀巢公布将在未来两个月内于澳大利亚、新西兰市场相继推出不含A1的奶粉新品。雀巢未来计划通过跨境电商渠道,将两款A2婴儿配方奶粉新品引入中国市场,分别为澳大利亚版雀巢能恩A2以及新西兰版惠氏S-26Atwo。

截至目前,雀巢对大中华区的直接投资已累计超过70亿元,拥有33家工厂。据了解,雀巢在全球拥有440多家工厂,其中美国工厂数量超过100家。目前,中国工厂数量仅次于美国,位列第二。同时,雀巢在中国拥有约5万名员工,占雀巢所有员工的1/7。

## 不止奶粉

事实上,虽然目前雀巢在中国发展迅速,但也面临激烈竞争。在奶粉领域,美赞臣、达能、菲仕兰等外国乳企均加码中国市场,而自主奶粉企业飞鹤、澳优、圣元、贝因美、三元、君乐宝也正在崛起。

数据显示,2017年,中国从全球60个国家和地区进口255.7万吨、93亿美元乳制品,同比增长分别为13.3%和36.1%,已成为中国进口额增长最快的食品。2008-2017年,中国乳制品进口量年均复合增长率达21.5%。

在乳制品进口量持续增长的同时,国内乳企也不断发力。此前,飞鹤宣布,已提前实现年初制定的年销百亿元目标。数据显示,2017年,伊利奶粉业务板块销售额超60亿元、圣元奶粉销售额为35亿元、健合集团奶粉销售额也超过35亿元。

好在奶粉只是雀巢决胜中国的一环,毕竟雀巢最为人所熟知的法宝在于咖啡。当潮牌咖啡星巴克频频搞出大动作——全球大面积裁员、中国咖啡涨价,终于开展外卖业务的同时,很少有人会注意到,星巴克的背后总有雀巢的影子一闪而过。

今年5月,雀巢以71.5亿美元收购了星巴克零售咖啡业务。8月,雀巢与星巴克在官网发表联合声明称,上述授权交易已经完成,雀巢将获得永久性的全球营销权,能在星巴克门店以外销售包装消费品等星巴克产品。

近两年中国市场的消费升级和咖啡行业正处于一个爆发期。根据伦敦国际咖啡组织的报告,2015年中国咖啡消费约700亿元,2025年之前中国的咖啡市场有望达到万亿元规模。而雀巢一面拥抱星巴克进军高端,一面也不忘巩固自己的咖啡帝国。

雀巢加大了旗下高端胶囊咖啡品牌Nespresso的投资力度。11月21日,雀巢Nespresso宣布投资4300万瑞士法郎,在位于瑞士罗蒙的工厂内新建两条生产线,以满足市场对多功能咖啡系统Vertuo不断增长的需求。据了解,目前,雀巢旗下有两个胶囊咖啡品牌——Nespresso和Dolce Gusto,而该公司高管此前曾透露,中国市场上这两个品牌的业务正在以双位数增长。

北京商报记者 方彬楠 高春艳 杨月涵/文 白杨/制表

S 重点关注  
Special focus

## 股权转让频繁变动 卫龙上市扑朔迷离

北京商报讯(记者 李振兴)不满于做网“红”的卫龙,最近对资本市场似乎有些蠢蠢欲动。12月10日,对于网上流传的“卫龙辣条谋求在香港上市”的消息,卫龙辣条品牌持有者河南漯河平平食品有限责任公司(以下简称“平平食品”)相关人士表示没听说过,上市还未确定。不过,作为辣条行业的领头羊,虽然卫龙曾凭借创意营销火遍全国,但在产品同质化严重的辣条领域,卫龙依然需要加大投入,保持竞争力。

外界对于平平食品上市的猜测,源于该企业频繁的股权转让。启信宝信息显示,目前,平平食品唯一控股股东为漯河市卫龙商贸有限公司(以下简称“卫龙商贸”),而卫龙商贸的股东为和和控股有限公司、易丰资本有限公司,注册地均为英属维尔京群岛。值得注意的是,这与平平食品的股权结构大相径庭。十多年来,平平食品股东一直为刘卫平、刘福平两兄弟,前者出资1800万元占股60%,

后者出资1200万元占股40%。

一位接近平平食品的知情人士向北京商报记者透露,目前平平食品并未确认要上市。河南省漯河市政府金融办一名工作人员也表示,平平食品在漯河市的上市后备名单中,但暂时没有上市考虑。如果上市的话,平平食品可能考虑新三板市场。

在寰盈证券首席策略官赵璞看来,目前平平食品的股权结构与同为漯河的上市公司双汇发展的控股股东万洲国际颇为相似。平平食品的架构有利于境外上市,包括港股或美股,也有利于卫龙进行海外布局。”他表示。

对于上市原因,有业内人士表示,虽然近年来平平食品依靠卫龙辣条实现快速发展,但从长远看,仅依靠一个品类,平平食品难以实现业绩突破,需要投入大量资金提升原有产品品质,并开发更多新品、分担风险,实现业绩持续发展。

数据显示,2008年,全国共有近2000多家辣

条厂,2014年仅剩500家。然而,平平食品的收入却高速增长。据了解,2017年,平平食品整体销售收入达8.1亿元,2018年全年销售收入有望实现20亿元。

值得一提的是,平平食品的业绩与辣条市场份额相比,仍存在差距。数据显示,2017年,辣条行业规模达500亿元,2018年预计达600亿元。平平食品谋求更大发展,就需要在做好辣条品类的同时,开发更多新品,这就需要大量的投入。”上述业内人士认为。

据了解,多品类发展已经成为休闲食品企业发展的重要支撑。以线上销量为主的三只松鼠为例,目前该企业的SKU超过600多个,2018年销售额将突破80亿元。根据官网信息显示,目前卫龙品牌旗下产品只有香辣馋魔芋、泡椒馋魔芋、亲嘴豆皮、106克大面筋、卫龙经典小面筋、卫龙经典大面筋等10余款产品。

## 滴滴试行“乘客醉酒乘车”规则

北京商报讯(记者 魏蔚)12月10日,滴滴方面宣布自即日起,率先在深圳快车、优享业务线试行“乘客醉酒乘车”规则。规则试行过程中,滴滴会根据司乘反馈的意见,不断优化改进,在得到充分验证后,再逐步推广至更多城市和区域。

滴滴曾在11月2日通过公众评议会邀请社会各界讨论“司机能否拒载独自乘车的醉酒乘客”。一周时间共有26.9万网友参与讨论,其中86%的网友认为司机可以拒载、14%的网友认为司机不能拒载。同时,也有部分用户提

出,希望滴滴能够完善产品、规则,为醉酒乘客提供安全可靠的出行服务。经滴滴安全监督顾问委员会、产品委员会及平台治理部共同讨论,借鉴公众建议,参考传统出租车行业相关规定,最终新增“乘客醉酒乘车”规则,倡导“醉酒乘客乘车需清醒人员陪同”,并从行程开始前、行程进行中、送达目的地三个维度梳理出相应规则规范。

据了解,该规则包括:在最新版滴滴车主App增加与“乘客醉酒”相关报备、申请取消、收取洗车费等处理机制与功能,以更好协助司机应对突发情

况,保障司乘出行安全;行程开始前,如司机确认搭载醉酒乘客,可在滴滴车主App中点击“乘客醉酒”向平台报备;如司机判断乘客可能会危害行程安全,可申请取消订单。同时,平台会对相应行程做核查,严厉禁止并重罚恶意取消行为;行程进行中,如醉酒乘客出现抢夺方向盘、谩骂、殴打司机等威胁行程安全行为,司机有权终止行程,并将乘客送至附近派出所;如醉酒乘客未出现威胁行程安全的行为,司机须将乘客送达目的地;如醉酒乘客呕吐在车内或车身上,则需支付司机洗车费,费用规

则可在洗车费确认页面查询;司机“申请取消”与“报备”必须通过滴滴车主App进行。滴滴车主App内提供了相关课件,以供司机了解与学习。

此外,所有司机报备的乘客醉酒信息,后续将被用于相关纠纷判责。未来,平台将针对司机报备的“乘客醉酒”订单不断完善相应安全策略,进一步满足司机在醉酒场景下的安全出行需求。

滴滴相关负责人表示,后续还会针对公众评议会的其他话题讨论结果,作出相关反馈及改进。