

阿里巴巴兑现“回家”承诺 昨登陆港股“两地”上市

新快报讯 记者郑志辉报道 11月26日上午9:30,阿里巴巴集团正式在港交所挂牌上市,代码9988,开盘187港元,成为首个同时在美股和港股两地上市的中国互联网公司。

根据招股书披露,阿里巴巴此次发行5亿股新股,另有7500万股超额认购权,按照176港元的定价,阿里巴巴最多在港集资1012亿港元,为2019年全球规模最大的新股发行。

不过,对阿里巴巴而言,回到香港上市,更重要的意义是“回家”。

早在2013年,阿里巴巴集团首次谋求整体上市时,香港特别行政区便是首选地,但因合伙人治理机制与港交所制度的隔阂遗憾错过。赴美上市的第一天,阿里巴巴就承诺,“只要条件允许,我们还会回来”。

2018年4月,香港市场迎来近25年最重大的一次上市机制改革,“同股不同权”不再成为上市阻碍,内地互联网企业的赴港上市潮由此开启。

港交所变革仅一个月后,就有市场消息称阿里巴巴计划向港交所递交IPO申请。之后,在各方的共同努力和期待下,飞了一年多的“靴子”正式落地。

在港交所现场,阿里巴巴集团CEO张勇表示,今年是阿里巴巴的第



20周年,“在20岁生日之际,我们迎来了一个重要的里程碑,就是‘回家’,回香港上市。我们实现了五年前曾作出的承诺:‘如果条件允许,香港,我们一定会回来。’”

11月16日,阿里巴巴在港交所网站提交初步招股文件,11月20日截止港股公开发售之日,市场消息透露申请火爆,香港公开发售认购超额逾40倍。阿里巴巴按照此前安排启动回拨机制,将公开发售占比由2.5%增至10%。另外,根据港交所的命名规则,第二次上市需要在股票简称后面加上特殊的标记

“-S”,而“-W”这个小尾巴是港交所专门为了同股不同权企业准备。阿里巴巴在香港的股票代码“阿里巴巴-SW”就代表着阿里巴巴是第二次在香港上市并且是同股不同权的公司。

市场人士普遍认为,阿里巴巴已经历5年美股考验后,带着漂亮的成绩单“回家”,可谓天时地利人和,阿里、香港、内地都将成为受益者。并且,阿里这趟“回家”之旅,将大概率掀起内地科技公司回港上市潮,这无论对内地机构还是香港投资者,都将是一项福利。

SAP 加速中国投入

把握大湾区产业数字化转型商机

新快报讯 记者郑志辉报道 在昨日的SAP广州分公司乔迁仪式上,SAP中国总经理李强向记者透露,SAP刚刚获得了由商务部下辖的中国国际跨国公司促进会颁发的“新中国成立70周年跨国公司杰出贡献奖”。李强感恩表示,“这是政府和公众对我们的高度认可,也是SAP全体员工的至高荣誉。未来,我们将作为中德和中欧贸易往来的桥梁,深耕中国市场,为推动中国经济的长期发展作更大的贡献。”

能获得这项在华跨国企业的至高荣誉,李强强调说,要归功于SAP中国一直以来的三个特质:严谨可靠的德国工程师文化、基因;注重本地化的员工和人才队伍培育;持续以中国速度研发、创新,并以此在中国扎根和开展业务。

今年年初,SAP又发布了一项“中国加速计划”并让计划稳步落实,与多个省市地方政府开展合作。针对大湾区内多个产业的数字化转型商机,SAP中国也在加快招募、培养人才,以应对区内越来越多企业智能制造升级、用户体验升级和本地增效的需求。

艾媒:刷脸产业 带动 50 万人就业

三年内将取代二维码?

新快报讯 记者郑志辉报道 近日,艾媒咨询发布的《2019年中国刷脸支付技术应用社会价值专题研究报告》显示,2019年成为刷脸支付的“元年”,刷脸支付用户将达到1.18亿人,到了2022年将突破7.6亿人,届时将取代扫码支付成为主要支付方式。

报告还显示,刷脸支付也带动了刷脸硬件制造商、传感器制造商、摄像头制造商、物联网安装员、售后维修等一系列新产业新职业,仅支付宝刷脸领域就直接或间接带动了至少50万人的就业。

艾媒咨询CEO张毅表示,调研中有七成用户认为,刷脸支付比传统密码更安全。“对用户来说,密码是可以修改的,但是脸、指纹是不能修改的,所以相对来说也更为安全,刷脸支付识别精准,难以盗刷,能有效提高用户的生活工作效率。”

张毅认为,中国在刷脸支付的技术积累和商业化探索也已经远远领先欧美,因此也更值得获得政策上的鼓励和支持。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林也表示,“刷脸”支付的便捷是其他支付手段不能比拟的,其所带来的场景体验也让人耳目一新。“另外,刷脸即会员等新能力也将推动零售行业的数字化转型,为众多新兴消费模式提供广阔的成长空间。”

极飞联手空客 测试无人机送外卖

新快报讯 记者郑志辉报道 欧洲空中客车股份公司与广州极飞科技公司周一在广州举行了一款联合研发的物流无人机的试运行演示。这款代号为Vesper的飞行器,是双方在今年7月共同签署的合作协议的成果。

据介绍,Vesper无人机将基于全国2000多个RTK基站构成的厘米级高精度导航网络,根据预设航线进行自动精准飞行;安全系统上,Vesper搭载了独立无人机伞降保护系统,全程高灵敏度检测飞行偏差;采用高效能的四旋翼设计,最大起飞重量为19.4kg,有效载荷为5kg,单次最长飞行时长为25分钟,巡航速度为43.2km/h,最大飞行速度可达12米/秒。现场进行的食物试配送演示,

Vesper无人机将单程配送时间压缩至3分钟。

据预测,中国即时配送市场前景可观,过去5年年均增长率高达48%,2017年交付包裹数量超过400亿件。其中餐饮配送行业,未来5年预计将以10.9%的增速持续增长,中国市场规模约为400亿美元,相当于美国市场规模的两倍、德国市场的20倍。

极飞联合创始人龚轶钦说:“在推动农业智能化的过程中,我们发现因为全球不可逆的城镇化趋势,农村生产的另外一端,城市消费也在发生着变化。城市人口越来越密集,地面交通系统瓶颈凸显,物流领域亟待创新。”

空中客车无人机物流负责人



Daniel Buchmueller表示,依托空客在空中交通管理、空域拓补网络方面的领导实力,以及极飞的技术优势,Vesper合作项目致力建设城市空中物流基础设施,以及通过开放、强大的空中飞行平台,连接商家、物流企业 and 消费者,为人们的生产生活带来更大改变。

小米推全场景智能生态营销体系

新快报讯 11月26日,小米营销在广州重磅推出“MOMENT+”全场景智能生态营销体系,为5G时代的营销带来前沿探索。小米营销认为,当前正进入AI+IoT+5G为主要动力的超级互联网时代,如何让用户在特定场景下的需求即刻得到满足,将成为营销行业再增长的爆点。

小米公司互联网商业部全国营销中心总经理郑子拓表示,“MO-

MENT+”将从根本上解决目前场景营销的阻力与痛点,具体可以总结为“三个场景和三个能力”。他解释说,用户场景,是小米营销与生俱来的优质资产。具体为个人场景、家庭场景、公共场景。而“MOMENT+”将基于三大场景展开三个营销能力,即多场景的融合、场景与创意匹配、全场景路径转化。这些能力将帮助营销转化为服务,让感性体验代替复杂购买决策。

知萌咨询机构创始人兼CEO肖明超认为,OTT大屏已经成为智能家居场景的核心。特别是小米OTT所覆盖新中产家庭客厅场景。在“MOMENT+”的指导下,小米OTT营销创造了更多家庭“共情时刻”,情感驱动成为家庭消费的重要决策;另一方面,OTT智慧中枢的能力不断优化,精准投放、共生创意、效果评估等营销能力。(郑志辉)