

财经辣评

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

市场信赖不能全靠企业数字

9月5日,“田园主义道歉”登上微博热搜,田园主义面包多项营养成分指标高于标注值的原因被揭示出来:出现差错是因为在原配方里增加了谷朊粉的添加量。

中国是目前全球增速最快的轻食代餐市场,有数据统计预计明年中国轻食代餐市场规模将达到1200亿元。在巨大的市场发展潜力下,越来越多的企业入局这一赛道。近年来,众多品牌的轻食代餐产品也曾“翻车”,被指不符合事实。

这个赛道有趣的地方就在于,何谓轻食?何谓营养?何谓健康?本身就没有统一严格的定

义。现在市场上很大程度就是一种指标数值的表述游戏。因为这些轻食既不是保健品,也不是药品,甚至于正常饮食来说,说是代餐,但它的角色更相当于零食和辅食。每天一日三餐只吃轻食,对这个概念笃信不疑的执行比例并不高的。这个道理就和每个人都觉得健身能够提升体力和意志,你身边的人好像都在办卡,但一年365天持之以恒的少之又少。在缺乏客观的第三方的长期实验统计之下,即使产品真如其标注的含量,企业数据是真实的,但是对用户产生的效果也是千差万别的。这是因为每个人的体质都不同,胃口和消化能力不同。

轻食也不是医生开出的针对个人体质的药方,所以不存在明显的定量与统计分析。因此这更像是一种新的生活习俗。当然,生活习俗和生活风尚再模糊都好,一旦对外公布成分,发表宣言式的广告,就要接受消费者和相关机构的监督。这里就涉及企业诚信的问题了。因为这本身就是一种由抽象概念和信心组成的市场,假如概念的数字基础出了问题,那么信赖就会崩塌,这个企业就很难再存在下去。进一步说,如果所有的企业都严格执行其标签的那个数值的话,对这个产业来说是有好处的,至少一般的手工作业很难生存下去。

但是消费者还是别以为这样子就能够得到科学准确的产品,并且和自己的身体产生明确的对应关系。过度地将生活方式和个人形态的改变,寄托在某些企业的商品上是很危险的。因为企业提供的只是一种选择,是大概率上的期待,本身并不承担无效带来的责任。所以类似的风波既是让消费者陷入更多的迷惘,或也许能够提醒更多消费者,这就是市场的真相,市场总是由不确定性和替代性组成的,并没有绝对的标准。在消委会和检测机构出现之前,个人对于商业行为还是应该客观审视,不必期待过高。

家企向荣 财富向善

工银私人银行全面升级企业家服务

文/戴曼曼

9月1日,中国工商银行以“家企向荣,财富向善”为主题,成功举办工银私人银行“企业家加油站”暨“君子伙伴慈善信托”云启动仪式,聚焦私人银行业务融入新发展格局、服务高质量发展和促进共同富裕,全面升级工银私人银行企业家客群服务,倡导财富向善,携手企业家更好地承担社会责任,创造社会价值。

全面服务企业,深度融入新发展格局

充满活力企业和企业家群体是当前中国构建新发展格局的关键要素;为企业和企业家提供高质量金融服务,是工银私人银行业务融入新发展格局的核心路径。截至今年6月末,工银私人银行同时为近20万高净值客户提供综合金融服务,其中近七成成为民营企业。在财富管理基础上,工银私人银行围绕客户的企业发展需求,先后推出了私银尊享贷、薪酬收益权等专项融资产品,推动民营企业合作伙件服务提升工程,并在总分行层面成立1+N公私联动柔性团队,为私行客户提供一揽子投融资服务,私行客户企业融资余额超过3000亿元。

在启动仪式上,工商银行高级业务总监宋建华讲述了工银私人银行“家、企、天下”的责任和情怀。他在致辞中指出,家庭是社会组织关系的基本单元,企业则是中国经济发展的微观个体,家企向荣,则国家昌盛。工行将立足新发展格局下企业和企业家客户的金融服务需求,通过私人银行这个公私服务的枢纽,横向打通对家业、对企业的服务,将工行公司、普惠、个人金融等不同板块的产品、服务和机制,整合纳入“企业家加油站”这一共享平台,为客户家业、企业的发展引擎增压。

聚合优质资源,构建企业家综合化服务七大“共享中心”

本次工银私人银行“企业家加油站”在全国20个城市揭牌成立,将全面升级企业家客群综合服务,进一步推进企业家服务

目前,工银私人银行“君子伙伴·与爱同行”公益项目再次升级,推出以“君子伙伴慈善信托”命名的永续集合型慈善信托服务平台,开创性地将慈善信托和家族信托无缝衔接,工银私人银行客户设立的家信信托作为慈善信托共同委托人,按客户本人意愿确定的方式向此慈善信托提供捐赠资金,在客户端实现家族物质财富与精神财富的双传承,满足客户“达则兼济天下”的美好愿望;在工行端则在业内首次尝试对慈善信托服务进行机制化、专业化与长效化管理,“聚小善、办大事”,实现慈善模式从点到面、从个人到平台的升级。同时,工行将进一步丰富慈善资金投向,推动逐步覆盖乡村教育、济困救灾、绿色经济、“卡脖子”技术攻关等多种领域,以银行信用深度参与,确保资金合规使用到位。

“企业家加油站”将立足工银集团优势,通过打通投融资两端,融汇对公、对私服务生态,聚焦传统企业家、科创企业家、女性企业家、青年企业家六大客群,打造工行企业家客户参与论坛分享、开展互动交流的“共享活动中心”;将工行各类银企签约等商务活动请进私行,建成银企互动“共享商务中心”;联动当地商会等企业家组织,举办公私一体化的综合金融服务路演,筑就企业家的“共享金融中心”;企业家客户可在私银中心展示企业产品与品牌,打造“共享展示中心”;邀请专家学者讲演,构建企业家的“共享培训中心”;为全国私行客户提供商务会客场地、异地商务协助,形成全国各行的“共享服务中心”;为企业高管、员工、企业用户提供尊享综合化服务的“共享社群中心”。

强化公私联动,提供私银服务高质量发展“工行方案”

今年是国家“十四五”规划开局之年,为高质量发展提供相适应的高质量金融服务,是工银私人银行选择以集团内更有效的公私联动为“先手棋”,架起联通企业和企业家的“高速路”,紧靠工银新时期发展方位,推动私人银行业务从产品营销向资产配置转变,从零售金融服务向公私联动服务转变,从个人服务向家族服务转变,从传统服务向智能服务转变,为私人银行服务高质量发展提供工行方案。

未来,工银私人银行将继续与客户一起,承担社会责任、创造社会价值,持续打造面向企业家客户的公私一体化综合服务平台,并以财富成为增强人民获得感、幸福感、安全感的有力助推,与智者为伴,与善者同行。

这家广州柠檬茶企业仍多挑战

丘大叔新品单价达到28元,整体价格偏贵

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼 实习生 张松 梁雅淇

炎炎夏日,奶茶的劲敌——柠檬茶不仅成了消费者逛街时解渴的“新宠”,也得到了资本的青睞。天眼查APP信息显示,柠檬茶品牌“丘大叔柠檬茶”于近日完成了过亿元的Pre-A轮融资,投资方未透露。今年1月,它还曾获得来自广发信德、高榕资本的股权投资。

公开信息显示,丘大叔柠檬茶是一家2018年创立于广州的柠檬茶品牌。正如它的经营理念“只做直营,不做加盟”,这家柠檬茶品牌的亮点之一便是采用了全直营模式发展。

丘大叔主打新鲜柠檬搭配不同茶底,目前丘大叔销售的

14款柠檬茶中,有超过三分之二是柠檬茶的延伸产品。其中有与不同茶叶搭配的“鸭屎香柠檬茶”“石竹青柠檬茶”,还有花香系的“栀子花柠檬茶”“桔香菊普”以及“百香柠檬茶”等鲜果柠檬茶系列。可见与其他柠檬茶品牌不一样的是,丘大叔虽强调“柠檬”,但更强调“茶”。从其产品中也不难看出各款柠檬茶茶底的变化。在掌握“爆款”之后,以柠檬茶起家的丘大叔有更大的品牌扩张筹码。目前,该品牌已在广州、佛山、深圳等地拥有超过115家门店,主要分布在次重点购物中心内。品牌计划到2022年年底

开店300家,暂时扎根广东,未来有布局全国的想法。记者在大众点评看到,该品牌饮品的整体客单价在20元左右,但其新品“嫩嫩初露”单价达到了28元,在柠檬茶行业中整体价格偏贵。走在炎热的广州街头,10元或许就能买到一杯称心如意的柠檬茶。20元左右的客单价让丘大叔挤进了中高端饮品的行业,但随之带来的是消费者对它的更高要求——大众点评中有部分顾客反映了丘大叔柠檬茶的口味较淡、柠檬味苦、去冰后量变少等等问题,与其他柠檬茶品牌对比,丘大叔会更容易让消费者产生性价



丘大叔主打新鲜柠檬搭配不同茶底

比较低的印象。另外,排队时间过长也是消费者给予差评的一个重要原因。如何让产品质量与服务匹配上较高的客单价,真正成为中高端饮品市场的“一员猛将”,丘大叔柠檬茶还需要继续努力。

上投摩根 均衡优选混合型基金 正在发行中

8月以来,A股进入持续振荡阶段。结构性行情背景下,一些均衡配置的基金产品受到投资者关注。据悉,上投摩根均衡优选混合型基金目前正在火热

发行中,该基金拟由上投摩根“稳健实力派”基金经理倪权生掌舵,以“均衡布局、精选个股”为策略,寻找长期基本面与估值相匹配的优质个股,通过前瞻性

布局充分把握投资机会。谈及对后市看法,倪权生表示,大消费和先进制造值得长期关注,未来两者在中国GDP当中的占比会不断提升。(杨广)

羊城晚报 专题

2021 湖南卫视蓝月亮中秋之夜暨第九届蓝月亮节正式启动



“月亮走,我也走” 湖南卫视联手蓝月亮打造中秋之夜 全户外多场景伴您享月

中秋,是凝聚亿万华人共同情感的传统佳节。今年中秋湖南卫视将联手蓝月亮,为观众奉上一场传统文化与形式创新并重、亲情思念与家国情怀并举、极致浪漫与价值担当双赢的视听盛宴,为千万家庭带来欢乐祥和的节日时光。据悉,2021湖南卫视蓝月亮中秋之夜以“月亮走,我也走”为主题,融思念团圆和家国情怀于一体,用唯美浪漫的意境营造属于家的温馨氛围,为处在思念状态的人们给予温暖和关怀。此次中秋晚会将采取全户外、多场景的伴随式表现形式,通过展现湘江行船、星空天台、浪漫草地、活力热气球等场景,还原老百姓在不同地方共享月光的盛景。晚会还将通过一系列与中秋相关的饮食、诗歌、仪式、民俗演绎等来解读和传承中秋这一传统佳节的文化和文化,增添意蕴隽永的节日氛围。中秋之夜执行导演刘也在致辞中表示,今年中秋晚会导演组做了一个大胆的尝试,以湘江上的一艘大船为主会场,月亮走,

每一个平常的日子,为中国的千家万户带来洁净。蓝月亮企业代表曾立群先生在致辞中表示,湖南卫视是一个具有青春气质、引领青年文化的大众媒体平台,双方始终相互信任,携手走过,陪伴广大消费者共度美好时光。今年中秋期间,蓝月亮也将继续携手湖南卫视发起线上线下互动活动,邀请广大消费者参与其中,学洁净知识、赢洁净好礼,让消费者感受洁净带来的乐趣和独具特色的中秋祝福。

蓝月亮发布系列新品,让洁净成为一种享受。一直以来,蓝月亮始终秉承着“一心一意做洗涤”的宗旨,坚持以消费者为核心,以优质产品为根本,不断推进家庭清洁解决方案和推广广洁净生活方式,让消费者享受洁净带来的轻松、愉悦、美好。近年来随着消费升级,消费者愈加重视如品质、审美、健康、提升幸福感等多方面、个性化的洗涤需求。在这个过程中,蓝月亮不断拓展品类、升级品质,以科技创新驱动产品研发,以专业态度呵护家庭健康,以时尚设计传递洁净美学,让洁净成为一种享受。每年中秋季,蓝月亮都会发布新品,陪伴大家欢度中秋。在启动仪式上,蓝月亮正式发布系列洁净科技新品,带给消费者更多元、更高效的洗涤体验。其中,蓝月亮至尊生物科技除菌去味洗衣液,是一款采用了“浓缩+”配方的洗衣液产品,特含多重活性生物酶,能防止衣物发黄变旧,保持衣物质感。这款洗衣液同时还具有高效除菌(以金黄色葡萄球菌、大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、霉菌、黑曲霉、白色念珠菌、在实验室条件下,本品可有效去除上述细菌)、根源去味、长效抑味(以运动汗味、阴干味为代表,在实验室条件下测试,本品可有效抑制上述异味)等功效,进一步满足了消费者在洗衣方面的多元化洁净需求;而亮相的另一款明星产品——蓝月亮自动洗手手机,具有免接触取液、方便卫生等优点,带来更

“一生相伴,洁净无忧” 蓝月亮发布系列新品 让洁净成为一种享受

一直以来,蓝月亮始终秉承着“一心一意做洗涤”的宗旨,坚持以消费者为核心,以优质产品为根本,不断推进家庭清洁解决方案和推广广洁净生活方式,让消费者享受洁净带来的轻松、愉悦、美好。近年来随着消费升级,消费者愈加重视如品质、审美、健康、提升幸福感等多方面、个性化的洗涤需求。在这个过程中,蓝月亮不断拓展品类、升级品质,以科技创新驱动产品研发,以专业态度呵护家庭健康,以时尚设计传递洁净美学,让洁净成为一种享受。每年中秋季,蓝月亮都会发布新品,陪伴大家欢度中秋。在启动仪式上,蓝月亮正式发布系列洁净科技新品,带给消费者更多元、更高效的洗涤体验。其中,蓝月亮至尊生物科技除菌去味洗衣液,是一款采用了“浓缩+”配方的洗衣液产品,特含多重活性生物酶,能防止衣物发黄变旧,保持衣物质感。这款洗衣液同时还具有高效除菌(以金黄色葡萄球菌、大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、霉菌、黑曲霉、白色念珠菌、在实验室条件下,本品可有效去除上述细菌)、根源去味、长效抑味(以运动汗味、阴干味为代表,在实验室条件下测试,本品可有效抑制上述异味)等功效,进一步满足了消费者在洗衣方面的多元化洁净需求;而亮相的另一款明星产品——蓝月亮自动洗手手机,具有免接触取液、方便卫生等优点,带来更

舒适便捷的洗手体验。在新品发布会环节,蓝月亮代言人刘雯惊喜现身,揭秘独家衣物清洁秘籍,为粉丝分享洁净好物。她谈到,自己一直很喜欢蓝月亮的至尊洗衣液,浓缩型的洗衣液让洗衣变得很轻松。对于喜欢瑜伽、健身的消费者,运动后流汗较多,刘雯则向他们推荐了蓝月亮今年新推出的至尊除菌去味洗衣液。此外,刘雯对两款洗手产品也爱不释手:充满科技感的太空牛自动洗手手机,伸手即有绵密泡沫,让洗手变成一种乐趣;非酒精型(酒精含量小于0.01%)的免洗抑菌洗手液,小小一瓶方便携带,是出差旅行的清洁好物。现场,刘雯还为大家送上了“月色相伴人长久,洁净无忧享中秋”的节日祝福。为献礼中秋,回馈广大消费者的支持与厚爱,让更多人参与到蓝月亮这场盛会中,蓝月亮在活动当天同步上线了“一生相伴 洁净无忧”中秋预热互动H5,消费者只要参与互动,就有机会免费领取新品,率先体验洁净科技新品,还可赢取湖南卫视节目门票,身临其境感受精彩节目。启动仪式上,湖南卫视、蓝月亮双方代表共同按下仪式启动装置,意味着双方今年的合作之旅进入了一个新阶段,也意味着一场精彩绝伦的晚会正在路上。9月21日让我们一起去锁定湖南卫视蓝月亮中秋之夜,欢度美好佳节。