

城事

30分钟到中心城区,湾区规模最大、规格最高

广州东部公铁联运枢纽千亿机遇招商

新快报讯 记者王彤 毕志毅报道 9月12日上午,“共建国家物流新枢纽 共享千亿发展新机遇”广州东部公铁联运枢纽招商推介会在广州市增城区中新镇成功举办。此次招商大会由广州市增城区人民政府、广州交通投资集团有限公司主办,广州市综合交通枢纽有限公司承办,重点推介了广州东部公铁联运枢纽一期工程冷链中心一区项目和跨境电商交付中心一期项目,得到广州市政府、增城区政府、头部国央企及20多家行业领头协会的支持,同时还邀请到菜鸟、京东、顺丰、约克(中国)、澳门大昌行、宁德时代等100余家物流供应链企业参会。

规模最大的综合交通枢纽项目

广州东部公铁联运枢纽位于中新、永宁、朱村交界处,整体规划面积958公顷,投资总额447.9亿元人民币。项目分两期进行建设,其中电商交付中心一期工程用地约555公顷。广州东部公铁联运枢纽作为国家综合立体交通网的主要依托枢纽之一,是全国单体划拨用地指标规模最大的综合交通枢纽项目,旨在打造集铁路、公路、水运、航空等多种运输方式于一体的综合交通枢纽。

广州东部公铁联运枢纽根据战略定位和产业布局可划分为五大片区,分别为商务仓储中心、铁路上盖跨境中心、冷链物流基地、超大型高标仓群、能源中心,五个片区之间通过专用公路、隧道、高架无缝连接,织就一张高效便捷的内部交通网络。能够为客户提供高标干仓、高标冷库、立体冷库等多类型仓储,并且拥有保税仓储、期货交割、异地货站、商务办公等拓展功能,可满足不同企业的多样化需求。客户企业可以通过东部枢纽提供的高效多式联运平台,实现货物的快速集散和中转,降低物流成本,提高物流效率。

广州交投集团于2022年9月正式启动广州东部公铁联运枢纽工程建设,目前场地平整已完成90%,周边市政路及片区内部路超半数将于今年底通车。

冷链项目开工先行,打造国家冷链物流基地

广州交投集团枢纽公司工程管理部副主任梁剑锋介绍,广州东部公铁联运枢纽一期工程冷链中心一区项目,距离花莞高速1公里,距离广州中心城区30分钟车程。项目总建筑面积24万m²,拥有4栋高层冷库,库内总面积20万m²。冷链中心采用国内先进的坡道式高层冷库设计理念,按照高温、变温、低温和超低温不同的温区进行分区,温区涵盖-30℃以下至25℃,制冷设备选取世界一流品牌,高效节能。能够实现14.8万托板冷品存储的大容量冷库,将地面层与汽车坡道的收发货区分开,可实现三首层收发货。

“比如北方沿海城市的特殊冻品,以后可以更方便快速地来到我们这里,然后销往周边各个城市。”梁剑锋表示,该项目于今年8月16日开工,现已经进入全面建设阶段,初步估算高峰期单天作业人数可以达到800-1000人,预计明年6月-11月分期交付使用。项目建成后将作为整个东部公铁联运枢纽项目的重要功能建筑,打造国家级骨干冷链物流枢纽基地。

打造全球最大的跨境电商交付中心

电商交付中心一期项目位于片区一东部4号地块,周边多条双向八车道公路,半小时内可到达中新知识城、增城开发区、黄埔开发区等产业聚集区。项目总建筑面积68万m²,拥有9栋高标仓,库内总面积48万m²,配套建有3.6万m²宿舍及食堂,可满足1万名员工工作生活需求。

电商交付中心项目能为头部跨境电商企业提供集



广州东部公铁联运枢纽招商推介会

货分拣、多式联运、国际班列等仓干配供应链服务;同时,基于跨境电商全球交付中心基础服务,项目运营主体广州交投集团积极培育“跨境电商+外综服”新模式,牵头打造外综服平台,为跨境电商平台提供物流、通关、退税、金融、外汇等全方位服务。围绕电商交付中心项目打造全球最大的跨境电商产业集群,支撑广州建设跨境电商国际枢纽城市。

广州东部公铁联运枢纽的建设,将有效激活整个片区的活力。随后,记者来到增城铁路物流园。“如果说海关监管区是一个小圆,增城西站就是一个中圆,广州东部公铁联运枢纽就是一个大圆,把西站包围了,并进一步依托铁路、公路资源,将东部枢纽项目打造为物流集聚地。”广州交投集团班列公司业务部经理刘雨欣介绍,东部枢纽片区二铁路专用线,规划货物运输量是1000万吨/年,年开行铁路班列1万列。“片区二将跟增城西错位发展,重点发展大宗商品有色金融、铁路百货快运、进出口保税仓储等业务,前期也得到了海关和铁路的大力支持,现在场地平整出来了,准备开始建设。形成规模效应后,铁路运价就会更便宜、线路更多、时效更快、服务链条更长,周边产业和物流集聚,总的成木就更低。”刘雨欣说。

关注

多元、创新、精细化转型之路渐入佳境

斗鱼二季度收入结构持续优化

新快报讯 记者郑志辉报道 以游戏为核心的多元化生态平台斗鱼,其精细化商业转型之路渐入佳境。得益于相关战略及合作项目的进一步深化,斗鱼最新发布的2024年第二季财报显示,平台总营收10.32亿元,毛利润8420万元,毛利率8.2%;本季度录得净亏损4920万元,调整后净亏损为4550万元,环比亏损大幅收窄。与此同时,创新业务、广告及其他收入为2.42亿元,公司收入结构进一步优化。

为回馈股东的信任和支持,斗鱼除了去年12月宣布了2000万美元股票回购计划外,还于今年7月初宣布了共计3亿美元的特殊现金分红。

巩固核心内容优势,持续降本增效

斗鱼近年的战略方向一直在向以游戏为核心的多元化内容生态平台转型。二季度中,斗鱼充分释放版权赛事资源储备,结合平台深厚的主播资源等优势,合共转播了近30场大型赛事活动,当中包括英雄联盟LPL春季赛和MSI季中赛、王者荣耀KPL春季赛、和平精英PEL春季赛、CSGO BLAST等官方大型赛事,独家直播了格斗游戏大赛EVO,为不同游戏受众提供了高质量的赛事内容。

在自制赛事方面,本季度斗鱼共计推出了50多场平台电竞赛事,包括雷霆荣耀杯、斗鱼超梦杯、斗鱼群英杯S5等,覆盖《王者荣耀》《DOTA2》《云顶之弈》《和平精英》《无畏契约》等多款竞技游戏。

在稳固核心内容优势的同时,过去几年中,斗鱼持续通过精细化运营实现企业降本增效。

本季度,围绕主播资源,斗鱼继续提升运营效率,通过激励头部主播的内容密度和提升中长尾主播的开播频次,丰富平台的内容供给。与此同时,6月斗鱼推出暑期主播招募计划,并打破传统以特定游戏品类开播的主播招募模式,不限制开播品类,给予新人主播更多可直播内容的选择。通过扩大主播招募范围、渠道,降低招募门槛,追加开播权益等有效激励,在第一期招募活动中取得了不错的效果。



创新营收模式,挖掘更多商业机遇

二季度中,创新继续成为公司在相对严苛的宏观环境中突破、增长的主要动力。

根据财报,斗鱼本季度创新业务、广告及其他业务收入达到2.42亿元,是去年同期的1.8倍;其收入贡献占比为23.4%,较2023年同期的9.6%有显著提升。

记者了解到,本季度斗鱼通过灵活调整运营策略,继续深化游戏厂商服务,结合游戏版本更新、道具上新、暑期和节日等节点持续尝试更多样的合作推广方式,增强公司商业化能力。

如在天涯明月刀分区,斗鱼更新产品形式,优化付费体验,用户可以通过道具商城直接下单,第二季度道具平均消费水平高于其他渠道。在和平精英分区,斗鱼基于游戏厂商提供的稀有道具和平台内外的推广,增加游戏会员服务的促销频率,吸引了用户的关注和兴趣,也有效提升了业务收入。后续平台将推广相关商业化模式至更多分区。而在与《荒野乱斗》的合作

中,斗鱼根据长尾游戏产品的运营特点,进行了涵盖道具推广、赛事合作、品牌曝光等多个层面的线上线下品牌联动,获得了游戏内外相关曝光资源;作为“荒野乱斗赛事官方合作伙伴”共同打造线下赛事,则促进了玩家受众的拉新回流。

跨界跨领域合作,实现内容、收入多元化

本季度斗鱼进一步加强与厂商合作,围绕新游上线,斗鱼在《绝区零》《鸣潮》《剑网3无界》《DNF手游》等多款产品公测、上线推广期推出了各类直播激励及特色运营活动。

《剑网3无界》公测活动期,平台推出主播比武台守擂及全民斗地主大赛等互动玩法,所有玩家均可报名在游戏内挑战主播;《DNF手游》上线推广期,除常规运营活动外,游戏上线3天后平台即开启DNFM全国格斗大赛斗鱼赛道,后续更跨平台举办武尊杯S1,针对性开展的新游推广动作有效拉动了产品前期热度。

与此同时,斗鱼也在持续探索电竞领域的跨平台内容共享合作,在王者荣耀、DOTA2、无畏契约等分区均打造了颇具看点的合作赛事。赛事创新引入瑞士轮、KOF赛制、职业队伍表演赛、主播对抗赛等,在专业赛事的基础上添加了更多娱乐属性,充分展现了平台自办赛事的独特魅力。

在提供更多元化内容方面,斗鱼的DOTA2分区利用主播的人气和影响力,推出了结合城市特色和文化IP的线下综艺系列。DOTA2分区之外,本季度斗鱼还打造了直播综艺《勇敢者游戏》第三季,10位主播来到湘西进行勇气挑战,共同探索当地文化,展示地方文化魅力的同时,也增强了用户的互动体验。

回顾第二季度,斗鱼继续推进收入多元化的商业策略,并取得了积极的成果。虽然因宏观环境的挑战和经营环境的变化,斗鱼的财务表现短期将承受一定压力,但未来其依托核心竞争优势,优化公司资源配置、深化多方合作和持续投入有增长潜力的新业务,仍将有能力确保自身业务稳健前行。