

储值清零商品下架，每日优鲜还挺得住吗？

每日优鲜作为曾经快速奔跑的生鲜电商，却不断成为市场焦点。

近日，市场公开信息显示，有每日优鲜储值用户表示，自己在APP中的余额被清空。而在微博上，更多储值用户表示余额被清空。随后，每日优鲜公开表示：“我们的系统服务器出现一些故障，目前工作人员正在全力恢复中，稍晚一些即可恢复。”

13日晚，记者登录每日优鲜小程序，页面显示网络开小差并要求重新加载，但记者发现无法重新加载，也暂时无法联系在线客服，小程序上的商品也已被清空。不过，账户里的余额仍在。记者尝试联系每日优鲜小程序的在线客服，发现无法直接进行在线客服咨询，并弹出“目前进线量较大，如涉及退款问题请您填写表单内详细信息”。

自8月份以来，有关每日优鲜的消息就不断传来，这其中不乏资金断裂等负面消息。就在8月1日，市场传出这么一则消息：每日优鲜发布资金断

链，无法正常经营的公告。公告中提到，公司已无法正常经营，资金断链，被责令整改。现在公司已与监管机构协商，为北京每日优鲜电子商务有限公司组织专项小组，启动资金账户，为广大供应商消费者，清退费用。随后，每日优鲜在官方微博中发布消息，回应了传闻。每日优鲜当时在官方微博回应称：关于网络流传的《关于每日优鲜资金断链无法经营的通知》纯属虚假信息。公司近期从未发布类似公告，大家千万不要上当受骗。公司正在积极解决超市业务的用户、员工、供应商应付问题，其他业务保持正常运营。与此同时，对于恶意造假者，每日优鲜保留追究其法律责任的权利。

8月9日，据北京市消协网站消息，针对“每日优鲜”无法正常经营引发大量消费者投诉的情况，北京市消协约谈北京每日优鲜电子商务有限公司。当时，北京市消协副秘书长陈凤翔出席约谈并对企业提出三点要求：一是务必妥善处理好消费者投诉，及时公布

退费方案和登记方式，切实保护消费者的合法权益；二是加强与市、区消协的沟通，积极配合消协组织的工作，共同维护好消费者的合法权益；三是在三个工作日内将情况说明和整改方案书面反馈至市消协。

根据天眼查的信息，每日优鲜于2014年成立，只花费了半年左右的时间就迎来第一笔融资，A轮融资金额为500万美元。2015年末开始，腾讯进驻每日优鲜股东阵营。2021年6月25日，每日优鲜顶着“生鲜电商第一股”的光环在美纳斯达克正式上市，发行价为13美元/ADS，以此发行价计算，每日优鲜IPO募资约3亿美元，总市值32亿美元。只是，上市不过一年有余，就接连陷入撤城收缩、拖欠货款、年报难产、清退员工、破产、消费者投诉等风波，种种迹象表明，每日优鲜正面临生死大考。在13日美股交易时段，每日优鲜股价报0.11美元左右，盘中一度下跌超过8%。相比上市初的最高价，如今，股价已跌去99%。 据《证券时报》

蔚来二季度营收超百亿 难逃“增收不增利”怪圈

日前，蔚来披露2022年二季度财报。财报显示，蔚来二季度营收达到102.9亿元，同比增长21.8%，首次突破100亿；整车销售毛利率为16.7%，好于市场预期；现金储备544亿元。同时，蔚来披露的2022年三季度交付指引为31000-33000辆，优于理想和小鹏公布的第三季度交付指引。

蔚来董事长李斌表示，和二季度相比，目前疫情对于汽车供应链的影响相对可控；7-8月主要受到了一体压铸零件良率的影响，零部件供应没有达到预期，对于第三季度的交付产生了部分影响，预计10月会得到根本解决。李斌认为，蔚来第四季度交付将得到进一步改善。其中，对于将在9月30日开始交付的ET5，李斌表示蔚来已做好12月单月交付破万辆的准备。ET5或将成为理想ONE之后，造车新势力车企第二款实现单月销量破万的产品。

亏损增幅369.6%

不过，蔚来在第二季度没有跳出造车新势力车企“增收不增利”的怪圈。第二季度，蔚来净亏损为人民币27.58亿元，同比增长369.6%，环比增长54.7%；小鹏汽车净亏损27.09亿元，同比增加126.1%，环比增长58.8%；此前理想汽车亦迎来上市以来单季最大亏损，第二季度净亏损为人民币6.41亿元。有分析认为，包括动力电池、零部件的成本上涨，以及包括研发、手机、商城等投入的增加，是蔚来亏损增加的主要原因。

值得注意的是，蔚来仍在持续加大研发投入。今年第二季度蔚来研发支出21.5亿元，同比增长143.2%，超过同期理想的15.3亿元和小鹏的12.7亿元。

蔚来总裁秦力洪告诉记者，“智能产品必须要适应研发一代、销售一代、准备一代的过程。这也是我们整个智能电动汽车产业在战略和公司管理上的一个课题。前几年大家都幼小，还没有进入到升级切换的弯道。这个弯道我觉得是必须的，是每个做智能电动公司的成人礼。如果想绕过这个弯，觉得有理想中的捷径和直道，那么等待他们的将可能是灾难。”

加快产品换代扩大欧洲布局

2023年，蔚来将迎来产品的全面换代，现有的ES8、ES6、EC6将全面切换至NT2.0平台。从2024年开始，蔚来的NT3.0平台将投入使用，该平台将和蔚来面向大众市场的子品牌一同推出。

随着产品切换季基本结束，蔚来接下来将集中力量推进补能网络建设。截至9月7日，蔚来在中国累计布局1094座换电站，包含285座高速公路换电站，累计为用户提供超1200万次换电服务。累计部署1873座充电站，5341根超充桩和5466根目的地充电桩，接入第三方充电桩超56万根，提供一键加电服务超86万次。

从第三季度开始，蔚来将进一步扩大在欧洲市场的布局。8月22日，蔚来首款智能电动旗舰轿车ET7发运欧洲，将于今年面向包括德国、荷兰、丹麦、瑞典、挪威等国家开放预定并交付用户。蔚来在匈牙利佩斯州投资建设的蔚来能源欧洲工厂将于9月投入运营。此外，李斌表示，在过去的5年中，蔚来一直在研究美国市场的模式，包括产品、服务等，目前已在进行各方面的准备。 据《第一财经》

每9小时开一家新店！星巴克开启“突击模式”

昨日，星巴克在其全球投资者交流会上发布了2025年中国战略愿景。推出以价值为导向的全新增长计划，重磅加码中国市场。

据了解，未来三年，星巴克中国将通过六大增长引擎，多项重大投资，加快推进公司发展势能。公司计划至2025年，以平均每9小时开出一家新门店的速度，新增开3000家门店，覆盖中国300个城市，星巴克中国总门店数量将达到9000家，员工将新增35万人，员工总数超过95万名，并实现净收入翻倍，营业利润为当前四倍的增长目标。

截至2022财年，星巴克在中国共有近6000家门店，在过去十年内，增长了近10倍。这个咖啡品牌已经新进入了100个城市，覆盖230个城市。而分布上，星巴克门店主要集中在二线城市，目前排名前12的城市门店数量之和是1608家，基本都是直辖市、省会城市或副省级城市。

根据目前情况来看，这些新增的城市可能更多遍布于下沉市场。中国消费者对于咖啡的认知正在提升，而在下沉市场之中也已经出现了如幸运咖等低价咖啡品牌，星巴克进入这些市场时，在某种程度上能够带着品牌光环吸引客流。

而在二线城市，星巴克中国称将优化重点商业区域的门店类型和布局密度。这也是它提高市场渗透率，在一二线这些存量市场之中寻求突破的办法。

例如它的臻选门店、非遗门店、手语门店、宠物友好门店和绿色门店都与常规的星巴克门店进行区隔，这样使得这个品牌可以根据选址和社区消费者类型的不同进行灵活的变化，不至于千篇一律。

除了不断扩张门店，星巴克中国还尝试着用“轻资产”的方式进行扩张。

一种形式是外卖，星巴克中国计划至2025年，实现外送业务销售额为当前业绩两倍以上目标。另一种则是以“星巴克咖啡服务”点位的形式



星巴克臻选上海烘焙工坊的咖啡师在制作咖啡。(资料照片) 新华社发

出现，这种模式事实上不由星巴克中国本身直接运营，而是以合作形式出现，但它可以提升星巴克品牌的市场认知和渗透率。

至2025年，星巴克中国计划将当前2500个覆盖办公楼、酒店等场所的“星巴克咖啡服务”点位翻倍至5000个，而星巴克即饮咖啡将进入55万个商超及便利店。

虽然疫情影响了星巴克中国的业绩，但是这家

来自美国西雅图的咖啡公司似乎对中国市场仍然报以极大的信心。它计划投资146亿人民币架构星巴克中国首个专属的数字技术创新中心。此外，星巴克中国投资约11亿人民币在江苏昆山建立的中国咖啡创新产业园，也将在2023年夏天正式建成并投产。这意味着星巴克在中国将拥有美国市场以外最大、星巴克全球最绿色的咖啡烘焙工厂、高度自动化和智能化的物流中心。 综合

卡位“元宇宙” 国内游戏公司海外“扫货”

近日，9月国产网络游戏版号审批信息发布。网易游戏再次榜上有名，腾讯旗下子公司的游戏也位列其中。

记者关注到，近期，头部游戏厂商腾讯与网易在海外动作频频，这在“降本增效”大趋势中尤为引人注目。今年以来，全球游戏行业风云乍起，微软欲鲸吞老牌游戏公司动视暴雪，拉开了全球游戏领域新一轮洗牌的大幕。

从前两年零星作品的出海，到如今团队、工作室的海外布局，游戏已经不仅是游戏，更是下一代互联网的具体应用场景。显然，在全球游戏市场疲软背景之下，诸多巨头已悄然开始抄底，甚至“元宇宙”卡位战如今在头部企业已经步入扫尾阶段。

今年公司重点项目主要集中在海外市场。

从前两年一两款小游戏在海外打开市场，到如今携带团队、工作室直接扎根海外，国内游戏公司的出海正在步入新阶段。

“将项目和团队直接布局海外，不仅可以降本增效，同时海外本土化发行还能让产品更接地气、更有竞争力。”一家新兴游戏公司的负责人告诉记者，除了可以大幅降低成本之外，在海外组建团队还能规避相关政策的风险。自去年游戏版号审批停摆以来，今年初尽管国内恢复了版号的审核，但整体数量出现了明显下降。

更看重技术

出海几年，游戏公司战绩如何？如果从海外营收占比来看，目前A股游戏公司三七互娱已经超越腾讯、网易，位列国内头部游戏公司第一。据此前公司披露，今年上半年，公司实现境外营业收入30.33亿元，占总营收的比重已达到37.48%，较上年同期增长48.33%。

今年8月，完美世界更是与腾讯联手，将主打产品《幻塔》国际版推向海外。“完美世界是老牌的内容厂商，游戏制作水准和技术非常出色，但是渠道尤其是海外渠道却是短板。”一位业内人士介绍道。据悉，《幻塔》国际版代理方为腾讯旗下的海外发行品牌LevelInfinite，此前有报道称，腾讯为该款游戏仅海外买量就花费超2亿元。上线当天，游戏便在122个国家和地区iOS游戏下载榜进入前十。

近年来，全球游戏市场增长乏力，国内厂商也受到牵连。今年上半年，国内游戏公司出海整体增速开始放缓。接近七成的厂商上半年海外收入出现同比下滑，其中5家公司海外收入下跌超过40%，只有4家公司海外收入同比增长超过10%。

但从另一方面来看，行业的低迷却为投资带来了机遇。“从资本的角度来看，现在恰恰是捡漏的好时机，因为基本上全球游戏公司都处于估值低点。一位游戏行业分析师告诉记者，以此次腾讯入股的游戏为例，目前育碧本身的股价正处于2017年以来的低点。此前被微软收购的动视暴雪，经营也一度陷入困境。“优秀的游戏公司在全球都是稀缺标的，大公司又恰好有充足的现金，双方在当下结合是顺理成章。”分析师表示。

所谓醉翁之意不在酒，巨头对于头部游戏工作室的争相收购，被业内视为“元宇宙”到来前展开的一场“卡位战”。“这些巨头收购游戏工作室不是为了短期财

务投资，甚至看中的都不是这些工作室已有的产品，而是看中它们深厚的技术积累，这些技术都是未来元宇宙必需的。”一位游戏设计师认为，元宇宙所需求的沉浸感，背后离不开大量精细的交互技术支持。

上述设计师以游戏中常见的“打击感”为例进一步介绍称：“沉浸式体验肯定会涉及这些交互，而这恰恰是部分国外老牌厂商的核心技术。”据悉，部分国外老牌游戏工作室关于这方面的技术指引多达上万页，而目前国内相关领域的技术积累与国外仍有不小差距。“如果能通过收购等方式，与这些厂商合作，共享相关技术，肯定能极大提升国内厂商发展的速度。” 据《上海证券报》

布局出海

在各大事业线纷纷调整收缩的背景之下，游戏领域行业，或许是如今腾讯为数不多、依然舍得砸下重金的领域之一。一周前，法国知名游戏公司育碧公告称，腾讯斥资3亿欧元入股。

根据公告，腾讯向其控股股东吉列莫特兄弟(Guillemot Brothers Limited)投资3亿欧元(约合21亿人民币)，收购吉列莫特兄弟49.9%的股份和5%的投票权。与此同时，育碧已授权腾讯将其在育碧的直接持股比例由现有的4.5%提高至9.99%。

作为全球知名的老牌游戏厂商，育碧的业务一直聚焦于主机端3A游戏大作。凭借其游戏精良的制作，2019年在巴黎圣母院遇火灾重创后，育碧将此前用于制作游戏时收集的巴黎圣母院数字模型提供给官方，用以帮助重建这一古迹。

事实上，腾讯今年在海外游戏公司收购上动作不断。8月31日，腾讯斥资约195亿日元(约合97亿元人民币)，通过定增成为日本游戏公司From Software(FS社)第二大股东，持股16.25%。而后者为今年游戏行业爆款单机作品《艾尔登法环》的开发商。值得注意的是，此次定增的另一个参与者为索尼互娱，占比为14.1%。同一天，国内第二大游戏厂商网易也宣布，其游戏部门收购了法国游戏开发商Quantic Dream。

如果说头部厂商通过并购的方式拓展海外市场，那么新兴的游戏公司则倾向于直接走向海外。今年7月，上海游戏公司米哈游宣布于新加坡开设的新HoYoverse总部正式启用。另一家新崛起的游戏公司莉莉丝，也在今年4月宣布，在新加坡成立发行公司Farlight Games，为莉莉丝游戏的全球发行提供支持和运营。据一位接近莉莉丝的人士透露，

平安市北消防专栏

第 74 期

市北消防召开节后收心会部署近期重点工作

■青岛财经日报/首页新闻 记者 蒋世龙 通讯员 崔翥



会议现场。

近日，青岛市市北区消防救援大队教导员高洁主持召开节后收心会，大队全体监督执法干部、各消防救援站主官及大队消防文员参加会议。会上，节日值班干部和各站主官分别汇报了节日消防安全情况，代理大队长王强就节日期间的执勤战备情况进行分析点评，并就提高执法质量、重视投诉举报、加强高层建筑整治、提高消防学习云平台注册率等近期重点工作进行强调部署。最后，教导员高洁就节日期间的执勤战备情况进行总结点评，并就抓好思想政治工作、加强宣传教育、强化执勤战备和队伍管理等重点工作进行了安排部署。

会议要求：一是提高思想认识，收心归位认真工作。全体人员要调整好自身工作状态，进一步增强责任意识，扎实推进各项工作有序开展；二是理清工作思路，细化工作任务。持续推进消防安全专项整治三年行动，结合“双随机一公开”监督检查工作，突出重点，整体推进并加大对各类重点场所的排查整治力度，确保辖区消防安全形势稳定；三是加强队伍管理，狠抓安全防范工作。各级消防站严格落实一日生活制度，重点加

强对酒、车、人等环节的管控，确保队伍高度稳定；四是强化执勤备战，提高灭火救援能力，各站要扎实开展执勤作战训练工作，不断巩固全体指战员实战能力，提升队伍整体战斗力；五是创新形式，开展有针对性宣传活动。针对辖区老城区特点，有力推进老旧小区、高层小区消防宣传，提高居民消防技能，强化消防宣传进校园等活动，采取形式多样、群众喜闻乐见的方式开展宣传活动，营造辖区良好消防安全环境。