

# 捐款捐物、酒店机票免费退改…… 互联网公司驰援河南

○重庆商报-上游新闻记者 孙磊

面对河南水灾，昨日各大科技企业纷纷伸出援手，启动捐款或调动企业资源协助抗洪救灾。记者梳理看到，腾讯公益慈善基金会、阿里巴巴公益基金会、北京字节跳动公益基金会、美团公益基金会各捐赠1亿元人民币；京东、盒马、美团等企业向河南提供救灾物资及紧急避险场地；百度、抖音、今日头条等开通河南暴雨互助通道；在线旅游平台则纷纷发布公告提供暴雨免费退改政策。



京东物流紧急驰援受灾地区

快手企业社会责任部门还与多家基金会取得联系，并与当地民政部门进行沟通，协同支援帮助。同时，快手还在第一时间联系平台各行业主播，进行物资支援。

北京字节跳动公益基金会也宣布，捐赠1亿元人民币，联合公益机构，优先为受灾地区儿童的安全保障和生活学习提供服务，救助对象包括儿童救助站、孤儿院、安置点等地的儿童。

小米公益基金会紧急宣布捐款5000万元，用于保障当地群众的人身安全、采购紧急救灾物资和灾后重建工作。同时紧急调度全集团资源，筹措并启运受灾地区急需物资，全力协助抗洪救灾行动。

除了提供资金支持，各大互联网企业也加紧物资援助。

7月21日早间，阿里巴巴MMC事业群表示，旗下盒马集市河南仓将开放仓内所有1000多种物资，优先用于救灾。同时，将向郑州7000个社区2.1万个服务点运输第一批45万件食品与生活物品，免费向市民提供。

记者获悉，21日午间，20余辆京东物流救援车队运载着第一批京东捐赠的救援物资已抵达河南省中牟县。河南当地汛情发生后，京东快速组织力量，从距离最近的郑州亚一智能仓库紧急调拨大批

铁锹、救生衣、雨衣、胶鞋等防汛物资以及矿泉水、方便面、火腿肠等生活物资，由京东物流紧急驰援受灾地区。

## 开启服务通道助力救援

除了捐款捐物外，各大互联网公司，还利用自身资源，通过各种平台开启服务救助通道。

7月20日晚间，抖音、今日头条紧急开通河南暴雨互助通道。字节跳动方面表示，如果您或身边朋友遇到困难，可以在抖音搜索“河南暴雨互助”，发布视频介绍本人当前情况，或在今日头条搜索“河南暴雨求助”，点击“我要求助”填写相关信息。7月21日，百度App官方发文称已紧急开通河南暴雨互助通道，在百度App搜索河南暴雨、郑州暴雨等关键词即可直达入口。百度称，如果需要救助，可在该通道内发布自己当前情况、联系方式、所处地址、所需物资等具体信息，百度会让更多救援方看到求助信息，尽力协调解决。同时在百度贴吧郑州吧已开通暴雨互助专栏，供吧友们实时发布汛情及求助消息；在百度App百度健康医典小程序中，已上线发布汛期健康防护手册。此

外，高德发布“河南暴雨积水地图”，河南当地的用户直接点击地图上的积水点图标，就能进入相关聊天室，发布求救信息，并获得救援队电话、避难场所位置等即时资讯。

## OTA、酒店提供暴雨免费退改

7月21日晚间至7月22日凌晨，携程、同程、途牛、飞猪等多家在线旅游平台连夜发布涉河南地区的无损退改政策，损失将由相关平台承担。

其中携程方面表示，基于当前情况，已立即启动重大灾害保障金，针对酒店产品：下单日期为7月20日前，入住日期为7月20日和7月21日，入住酒店属于河南省内，可申请因当地暴雨天气免费退订。

针对度假产品，订单出发日期为7月20日和21日，因河南当地灾情无法前往或前往过程中受阻，可凭相关交通（如机票或火车票）取消证明等材料，订单费用一律无损全退。已在河南当地的行中订单，因雨情景点关闭或交通中断导致行程被迫终止，无法继续后续行程，订单中未使用资源可一律无损全退。

同程方面称，在7月20日前（含7月20日）通过同程艺龙各平台下单，且入离日期在7月20日-7月21日的郑州及河南省内其他受灾区域的酒店用户，因暴雨原因取消或改变行程，皆可申请免费退改。消费日期在7月20日-7月21日的郑州及河南省内其他受灾区域的景区门票用户，也可以申请无损退改。

途牛方面表示，截至目前已预订即日起至7月22日（含）期间郑州地区酒店、门票产品的游客，提供免费取消保障。截至目前已预订即日起至7月22日（含）期间前往郑州（一地）的旅游产品（含跟团、自由行、当地玩乐、用车、定制游）的客人，如因雨情原因影响行程，提供免费退改、退订。

飞猪旅行方面表示，已启动应急措施：7月20日（含）前在飞猪平台下单、入住日期在7月20日和7月21日、入住酒店在郑州的消费者，如因暴雨天气取消或改变行程，可申请免费退改。

受暴雨影响的出行订单，美团将免费退改并承担全部手续费。在7月20日至22日期间，用户在河南省内的所有未使用的酒店、民宿、门票、火车票等订单，均可联系美团客服进行免费退改操作，对于受影响的机票订单，美团也将协助用户配合航司政策进行退改签操作。

## 互联网公司捐款捐物

面对灾情，国内的互联网公司及时反应，开始捐款捐物。上游新闻记者梳理了下，目前多家互联网公司捐款超过7亿元。

7月21日早间，腾讯公益慈善基金会紧急宣布首批捐款1亿元，联合前线的救援机构与慈善组织，用于保障当地群众人身安全和紧急采购救灾物资。目前在腾讯基金会平台已设置“驰援河南洪灾”专区，为全国网友的爱心捐助开辟通道。

同一时间，阿里巴巴宣布，阿里巴巴公益基金会将捐助人民币1亿元，马云公益基金会将捐助人民币5000万元，配合河南省政府指挥，用于救灾紧急举措和灾后恢复工作。此外，蚂蚁集团宣布捐赠1亿元驰援河南，同时支付宝“爱心捐赠”平台已联合多家公益机构，开通“驰援河南暴雨灾情”专区。

另一互联网巨头，美团公益基金会捐赠1亿元人民币，联合中国红十字基金会，优先为受灾群众生活安置、灾后卫生防疫等提供服务。

据快手官方发布的消息，快手科技决定捐款5000万元，并配合河南当地政府，进行救灾紧急举措和灾后恢复工作。

# 喜茶放弃收购乐乐茶 新式茶饮并购潮明年到来？

○重庆商报-上游新闻记者 唐小蝶

日前，“喜茶回应收购乐乐茶”登上微博热搜。据悉，此前曾有消息传出元气森林和喜茶均有意收购乐乐茶，希望获得乐乐茶的渠道资源，并给出了40亿元估值。对此，喜茶创始人聂云宸为朋友圈里做出了公开回应：“消息不实，此前经过中间人介绍的确有过接触，但在深度了解内部情况、业务数据和状况后已经彻底、完全、坚决放弃。”

喜茶创始人“彻底、完全、坚决放弃”的回应一出，立刻引发网友热议。而元气森林也在不久后向媒体表示，相关消息不属实，不予置评。在被两大潜在收购方否认后，乐乐茶方面也做了公开回应，称公司目前独立发展，经营状况良好，并无被收购计划。

## 乐乐茶目前门店规模不足百家

乐乐茶与喜茶、奈雪的茶同为新式茶饮第一梯队的品牌，价位接近。在产品方面，乐乐茶同样走“欧包+茶”的形式，并且经常与其他品牌推出联名跨界产品，颇受消费者好评。

不过，从体量来看，乐乐茶已经与喜茶、奈雪的茶有较大差距。目前，乐乐茶在北京、上海、广州、西安等城市拥有70多家门店；喜茶截至2020年底，在海内外61个城市开出695家门店；截至招股书最后可执行日期，奈雪的茶已经开出562家门店。

在资本端，这一差距则更为明显。今年6月30日，奈雪的茶快人一步成为了“新式茶饮第一股”；喜茶则凭借新一轮融资，获得了600亿元估值，刷新了新式茶饮估值纪录；蜜雪冰城为目前国内首个门店过万的品牌，估值达200亿元，专注于下沉市场，不久前凭借洗脑神曲获得了广泛关注。

相比之下，乐乐茶在资本市场几乎没有太多水花。天眼查显示，乐乐茶累计获得过4轮融资，2019年完成pre-A轮后，有过股权和战略融资，最近一次在去年7月。其投资方包括水滴资产、博约投资、祥峰投资中国基金、普思资本、汉能创投、红星美凯龙、龙柏资本等。除了此次与喜茶同时出现热搜时出现的估值40亿元，前几轮融资并未对外公开估值。

记者注意到，乐乐茶此前曾在全国多个城市加速开店，主要集中在二线城市。

2019年年底，乐乐茶在重庆开设首店，于2021年4月关店，从此退出重庆市场。截至目前，乐乐茶在西南地区仅剩成都有一家门店。

在此次“弃购”事件后，乐乐茶公布了新目标，在2022年春节前将门店新增至140家，之后每年翻倍增长。由于当前新式茶饮市场竞争趋于白热化，再加上从头部到腰部的品牌纷纷加快扩张步伐，乐乐茶此时才开始“发愤图强”，从时间上来看，可能有滞后之嫌。

## 并购潮预计将在2022年到来

有业内人士分析，喜茶被传出欲收购乐乐茶，或是在为上市做准备。由于奈雪的茶率先上市，喜茶、蜜雪冰城错过了“第一股”的红利，而要在资本市场“讲好故事”，这些头部品牌只能“另辟蹊径”，收购优质资产或是增强实力的一种方式。

公开资料显示，蜜雪冰城计划在A股上市，上市的筹备已到最后阶段，交表已经在倒计时中，预计年内完成上市流程。尽管喜茶方面曾多次表示今年没有上市计划，不过此前有报道称，喜茶计划

登陆美股。

对此，中国食品产业分析师朱丹蓬告诉记者：“从当前的市场格局来看，乐乐茶的品牌影响力、门店规模已经与其他头部品牌存在不小的差距。并且其自身运营可能存在着一些问题，导致扩张步伐较慢。喜茶放弃收购乐乐茶，实际上在意料之中。”

他指出，随着资本越来越多的介入新式茶饮市场，行业有大规模并购潮的可能性，但时间并非现在。“进行收购的品牌，前期投入做大规模，后期运用资本杠杆去IPO，实现利润最大化、价值最大化。而被并购的品牌，需要具备品牌优势、规模优势、利润优势，这样才有利于凝聚优势。当前，新式茶饮仍处于增量发展阶段，市场仅出现了一家上市企业，尚未到需要大规模并购的节点。预计在2022年左右，可能会掀起一波并购潮。”

他指出，由于市场格局尚未完全定型，当前新玩家还有进入的可能，但要快速获得规模和影响力，必须有资本的助力。在此背景下，预计到2023年新式茶饮会进入品牌固化期，在这一阶段，品牌兼并、洗牌将更为频繁。