

量产未动 黄牛先行 折叠屏热炒背后

近日,折叠屏概念再次爆发,一方面因为华为与三星折叠屏手机开售,另一方面则由于联想折叠笔记本电脑与折叠手机亮相。作为消费电子史上最大的形态变革之一,折叠屏不再局限于手机、PC和电视也开始引入这一技术,未来还将应用于更多的产品类别,这就成为折叠屏受热捧的驱动。不过,由于整体设计还处于初级阶段,某些技术还不成熟,来自产业链的消息显示,折叠屏真正普及要等到2021年前后。

产品线加速覆盖

11月18日,柔性屏概念持续活跃,国风塑业、智云股份双双封板,深天马A、联得装备、新纶科技等跟涨。

当日正值华为折叠屏手机Mate X第二轮开售,此前11月15日10:08开始发售的华为Mate X 5G折叠屏手机已售罄,11月22日10:08将开启第三轮销售。

由于供不应求,原本售价为16999元的Mate X,已经被炒至好几万元,甚至有人愿意出价12万元购买。据悉,目前该机的月产量约为5万台,随后将逐步提升至10万台,预计缺货情况将有所缓解。

供应不足成为折叠屏手机的常态。三星推出的折叠屏手机Galaxy Fold也于近期两次开售,同样出现短时间售罄的现象,不过价格并未如Mate X遭到大幅炒作。

除了华为与三星,在11月15日举行的第五届联想创新科技大会上,联想集团董事长兼首席执行官杨元庆在现场展示了Motorola Razr 2019折叠屏手机。

此款手机具备6.2英寸的超大高清屏幕,通过折叠屏将手机“做小”而非“做大”的全新思路,使手机在折叠后可以放进西服上衣丝巾袋。

在折叠屏手机热销的同时,更多电子产品在加入这一形态变革中。杨元庆在展示Motorola Razr 2019折叠屏手机的同时,全球首款折叠屏笔记本电脑ThinkPad X1也亮相。据联想方面介绍,折叠屏笔记本电脑兼具了笔记本电脑的高效性和智能



手机的便携性,适合全场景使用:它首先是一款超大屏幕的平板,用户可以尽情地用它享受高清视频;它也可以变成一本书,让人可以很舒服地翻页、阅读;工作时,它可以瞬间变身为全功能笔记本电脑;外出时,只需要对折就能变成普通记事本大小,方便携带。

近日,LG一项折叠屏电视专利曝光。lets go digital制作的专利图显示,LG这款折叠屏电视支持5折叠,电视展开以后,是一块超长的大宽屏,六块屏幕呈横向排列,两侧有框架,用来保护屏幕,同时框架上还集成了条形音箱,展开后,整个屏幕长宽比超过了21:9;夏普向日本专利局申请了一系列涉及可折叠电视设计的专利,从公示的专利图来看,电视屏幕是从一个盒子里抽拉出来,并且这个过程是自动化的。

未来形态趋势

“可折叠这个概念不仅仅是把设备对折这么简单,它开启的是全新的人机互动方式,将会变革十多年来没有太大改变的设备形态,并全面刷新智能设备所连接的应用与服务的内容。”在谈到折叠屏的影响时,杨元庆如此表示。

这也是今年折叠屏概念大火的原因。市场机构HIS Markit最新发布的市场预测数据显示,全球折叠屏手机市场将从2019年的150万片成长到2025年的5300万片规模,其中,全球智能手机折叠屏的出货量到2026年预计占当年AMOLED智能手机市场的10%、智能手机整体市场的4.6%。

不过,业内对于折叠屏未来发展方向的看法稍有差别。在产业观察家洪仕斌看来,折叠屏只是一个过渡性的未来产品。

“当年功能机一开始也是直板的形态,后来又出现翻盖手机,实际上也属于折叠性的手机,比如摩托罗拉V8当时也很火爆,但就像现在的直板变折叠一样,只是有一个外观性的改变,功能与技术上并没有给用户带来更多走心的应用场景。”

“想要实现像功能机到智能机时代的转变,必须真正打中用户的痛点,携带上便捷,功能上提高,才能代表主流,折叠屏这种外观性的产品,火爆的时间可能很短暂。”洪仕斌说。

资深通信专家马继华则认为,从原理上看,折叠屏肯定的发展趋势,随着网络加速和应用丰富,人们越来越需要更大屏幕的手机终端,而手持终端也始终受到移动便携性的限制,那么,在目前全面屏达到极致的背景下,折叠屏是唯一可行的选择。

马继华进一步指出,现在的手机在整体尺寸上已经无法继续扩大,另外挖孔屏和屏下指纹技术的出现,还是解决不了大屏的问题,只有折叠技术可以在大屏的同时又方便携带,如果这条路走不通就需要新的技术,可能要等的时间会更久。“当然,未来如果技术再突破,比如眼镜之类的可穿戴设备也是另外一种选择。”

引用另外一位业内人士的说法,折叠屏具有未来不是指展开变成报纸、变成巨幕这种遥不可及的未来,它属于科幻小说家的范畴。折叠屏的未来,是指它可以变成平板,变成PC,变成工作站的未来,它是实实在在可以在现实的桎梏下,根据现有技术合理展望的5-20年后的未来。而当下,折叠屏手机更像是手机厂商证明自己研发技术和创新能力的表现,同时也是为了让传统手机更好卖的广告。”

普及尚需等待

企业对折叠屏的探索还在进行中。近日,有外媒曝光了华为申请的新折叠屏专

利方案,和Mate X左右翻折不同,该方案采用的是上下折叠,手机中部有铰链,类似传统翻盖手机。

但无论是哪种形态,折叠屏的市场环境尚不成熟。

首先,量产得不到保障。从华为和三星折叠屏手机的销售情况中就可以看出来,折叠屏的备货并不充足。杨元庆表示,可折叠设备,要求设备在被频繁折叠的过程中仍然能够高效运行,还要支持触碰、语音、手势等多种方式与设备交互,如此复杂的要求对于量产来说,并不容易。

“要想真正的量产,一方面是技术成熟和使用量逐渐提升导致所有元器件和整机生产成本快速下降,这时候才能成百万千万的量产,另一方面也是需要匹配折叠屏的独有应用被接受,由此让用户有购买的必须性,需求拉动量产。”马继华说。

为了保证自己的供货情况,三星已经与Dowoo Insis签订了关于超薄玻璃(UTG)的独家协议,该协议将在未来的可折叠手机中使用,排他性意味着Dowoo只将UTG卖给三星,而没有其他人。目前,该公司每月可生产约50万件产品。

作为独家交易的一部分,Dowoo Insis已获得三星风险投资的120亿韩元投资。据称,该合同是中长期的,三星正在考虑向Dowoo注入更多的现金,以便扩大生产能力(通过加强现有的韩国工厂并在越南建立新工厂)。

其次,外围环境也不成熟。马继华补充道,屏幕可折叠在技术上已经障碍不大,现在主要是受到处理器、电池、主板等设备还无法折叠的限制,使用领域也受限;此外,折叠屏的整个设计还处在初级阶段,未经大规模的用户实际使用考验,还需要进一步的磨合才能真正成熟。

作为华为Mate X与MOTO经典款的供货商,京东方相关人士在接受北京商报记者时表示,现在推出的折叠产品,测试市场反应如何的成分更多一些。折叠屏明年会有大的发展,普及估计会在2021年前后。”

北京商报记者 石飞/文并摄

关注 Market focus

“双11”凸显空调业三强鼎立格局

一年一度的“双11”空调大战正式尘埃落定,不出意料,格力、美的、奥克斯摘取了行业前三名。本次“双11”,随着格力的降价,美的、奥克斯、海尔等的跟进,价格战也异常激烈,而其背后也是空调业发展趋势的必然结果。近年来,随着空调市场的节奏已进入优质优价的直卖阶段,格力、美的、奥克斯的三国杀新时代也全面开启。

价格战

用血腥来形容今年的“双11”空调价格战,恐怕并不为过。

根据格力上周六官方发布的公告,格力将拿出精品机型和最优价格回馈消费者,变频空调最低1599元,定频空调最低1399元,总让利高达30亿元。此次活动格力将在各大授权电商平台以及线下3万多家格力专卖店同步展开,统一价格,活动仅限11.11期间,活动结束后即回归原价。

其实这并不是格力第一次降价让利,但此次价格降幅之大是以前“高高在上”的格力从来没有过的。值得关注的是,格力在2018年“双11”中并没有跟进价格战。在2018年的京东“双11”促销中,奥克斯曾力压美的、格力位居首位。

在格力公布降价消息后,美的、海尔等厂商也纷纷跟进。可以看出,各大品牌都铆足了劲发力,也让空调市场竞争刀见血。

颠覆者

格力的突袭式降价是今年“双11”的最大变数,而行业专家也因此进行了众多分析。

在激烈的价格战背后,人们也开始思考空调的发展未来。随着空调行业竞争激烈,线下机会越来越少。近年来,奥克斯率先提出了互联网智能化的战略,并通过“互联网直卖”模式,喊出“厂家直供到终端,没有层层代理加价”的口号。

业内人士认为,在空调互联网直卖模式下,产品上市速度相对较快,终端库存很小,因为它是制造商直接向终端供货,节省了大量的中间费用。

正是在奥克斯的强力搅局下,空调降价已经成为趋势。奥维云网发布的数据显示,今年上半年,一级能效空调均价降幅大,整体市场价格下降1.1%。不管是定频挂机、柜机,还是变频挂机、柜机,价格全部下降,平均一级挂机下降5.1%,一级柜机下降5.4%。

三国杀

从2018年奥维云网的数据可以看出,在线上空调市场,海尔以6.51%的份额低于奥克斯的28.57%、美的的22.49%、格力的17%。解读今年的“双11”数据可以看出,销售季军奥克斯的

销售数据远超第四名海尔,由此空调业也将迎来新一轮洗牌潮,市场集中度将进一步集中,格力、美的、奥克斯也将迎来三国杀格局。

随着“80后”、“90后”、“00后”逐渐成为消费主力,目前线上市场的持续增长和线下市场的持续萎缩形成了鲜明对比。2019年上半年,国内线上空调销量为1422万台,同比增长21.3%;线下空调销量1948万台,同比下降9.4%。线上空调销售额为414亿元,同比增长18.4%,线下销售额723亿元,同比下降10.1%。

需要指出的是,有产业观察家指出,格力降价迎合线上开拓在情理之中,但格力的线下代理商一贯比较强势,需要有一定的毛利空间,大幅降价促销势必会使其受到影响。所以为什么格力这次的活动只有一天,然后马上就将价格调回来,这一天只是用低价来冲击市场。并不能真正地改变市场格局。”

2019年新冷年,空调市场终于告别了连续三年的好日子。国内零售市场规模为6056万套,销售量同比下降7.59%,销售额同比下降9.95%。不仅是空调整体低迷,即使是一直保持高增长的线上市场也出现疲态,增速下降。而根据产业在线数据显示,1-9月奥克斯和美的是行业唯一增长的企业。由此看出,空调市场的集中度在增加的同时,市场洗牌也慢慢展开。

北京商报记者 金朝力

朝阳区税务局

全力打造联合办公区 提升纳税人获得感

税务局新办公区办理业务的纳税人说道。

此次朝阳区税务局更是推出银行自助存取款一体机、自助终端机、智能打印机进驻办税服务厅的创新性举措,满足纳税人及缴费人就近办理缴税业务的需求,降低纳税人及缴费人办理缴税业务的时间成本。除了银行自助机的引入,新办税服务厅的自助设施更加齐全。一层网上办税区从之前的40台电脑扩展为目前的60台,并配备专业的工作人员进行辅导。同时自助办税区配置11台全功能自助设备,集发票验旧、发票领用、发票认证、发票代开、清卡于一体,操作流程简便快捷。”朝阳区税务局相关负责人说道。联合办公区的成立将在提高纳税人办事效率,实现企业全生命周期办事效率的再优化、再提升,优化朝阳区营商环境等方面起到重要推进作用。

顺义区税务局

自主风险管理成效显著

顺义区税务局积极查找征管薄弱环节,充分发挥数据支撑作用,不断提高风险管理质效。

一是加强风控任务管理。积极承接总局、市局风控任务,结合“金税三期”系统工作流程,规范风控任务分类,梳理疑点对应的税收政策,制作详细工作指引,做好任务实时跟进,提升风控核查成效。

二是严格事中事后监控。积极发挥数

据分析支撑作用,利用9个数据模型定期开展发票扫描,及时下发疑点数据,发起二级风控任务,筛查涉嫌虚开发票企业,有效打击虚开虚抵行为。

三是强化涉税信息共享。持续扩展第三方数据来源,及时跟进企业经济信息变动,了解不同行业经营特点,总结易发生风险环节,自主开展外汇支付、驾校风险、竣工备案项目等特色风控核查,挖掘潜在税收风险,有效堵塞征管漏洞。