

## ·看台·

## Cleaneed推洁面仪和电动牙刷

北京商报讯(记者 金朝力)Cleaneed系列新品发布会日前在京举行，并推出两款新品——Cleaneed声波电动洁面仪和Cleaneed声波电动牙刷。在发布会上，Cleaneed还宣布邀请迪丽热巴担任声波电动洁面仪的代言人，高伟光担任声波电动牙刷的代言人。Cleaneed个人生活护理用品系列将携手两位产品代言人，为年轻时尚的消费者们带来更多提升个人护理品质的新可能。

Cleaneed系列以时尚年轻化的智能产品研究为基调，力求优化当代年轻人的个人护理体验。Cleaneed希望通过声波电动洁面仪和声波电动牙刷这两款产品的发布，使更多消费者开始重视个人健康护理。

## 美的Coolfree挖掘中央空调市场

北京商报讯(记者 金朝力)近日，美的Coolfree酷风家用中央空调新品发布会在京召开。美的集团家用空调事业部酷风家用中央空调总监竺奕飞表示，作为美的集团家用空调事业部推出的全新品牌——Coolfree酷风，意在通过“多品牌”的专业化经营策略和“精细化”的市场定位，进一步挖掘家用中央空调市场的发展空间，为消费者提供更高品质、更个性化的家用中央空调。2019年，美的Coolfree酷风家用中央空调预计实现年销售收入80亿元人民币的阶段性目标。近年来，家用中央空调市场成为中国空调市场新的最大增长点，但鲜有创新颠覆性的家用中央空调品牌。

## 创维发布全球首个大屏AIoT生态

北京商报讯(记者 石飞月)3月27日，创维正式对外发布全球首个大屏AIoT生态——创维Swaiot以及第一款大屏AIoT生态中心Swaiot CENTER——创维Q80系列电视，完整建立了大屏AIoT生态系统。酷开系统为创维的全面转型和建立大屏AIoT生态Swaiot提供了有力的软硬件技术支撑。基于Swaiot，电视将成为用户与家庭中其他智能硬件交互的媒介，即Swaiot CENTER。通过创维电视独有的Trens AI功能，用户可以实现与全屋智能硬件之间的远场语音实时交互及控制，获得前所未有的智慧家居体验。Q80系列电视是创维首台Swaiot CENTER大屏AIoT生态中心，它身兼Swaiot和Trens AI两大技术实力。

## 顺义区税务局以税资政 做好税收经济分析工作

一是夯实基础工作。成立税收经济分析工作领导小组，做好税收经济分析工作的整体协调；制定《国家税务总局北京市顺义区税务局税收经济分析工作规程》，明确职责分工和运行保障，形成科学规范、顺畅高效的工作机制，积极打造税收经济分析拳头产品。

二是积极探索创新。坚持服务大局，充分利用信息大数据，立足税收视角做好分析工作，发挥以税资政功效；创立《顺义税务调研》专刊，从经济税源分析、政策效应分析两方面入手编撰分析文章，为地方领导决策提供依据。

三是做好后续分析。立足改革发展实际，密切跟踪非首都功能疏解、京津冀协同发展等重大发展战略实施进程；选取北京市内、京津冀地区或其他与顺义经济规模、结构或地理区位相近的地区，做好区域比较分析；持续跟踪和深入分析临空产业、汽车制造产业、养老、就业等民生事业及相关龙头企业的发展，积极为区域发展建言献策。

## 国内空调企业加速出海圈地

随着中国经济的发展，国内消费者需求升级、分级，空调企业以往所依靠的规模红利、人口红利正在逐渐消失。面对国内空调市场增速放缓的危机，进一步挖掘海外市场可能性成为不少中国空调企业的选择，海尔、格力、奥克斯等企业更是把扩展海外市场写入了自身的发展战略。

3月29日，位于印度北方邦大诺伊达地区的海尔北部工业园奠基，这是海尔在印度投建的第二个工业园。新工业园包含了冰箱、洗衣机、空调等制造基地。其中，该空调制造基地是海尔空调在印度投建的第二个制造基地，将成为海尔空调最大的海外制造基地，生产产品将覆盖净界自清洁、D系列智能变频自清洁等高端空调产品。3月25日，奥克斯的第一个海外研发中心——AUX日本研发中心也在日本神户正式成立并运营。

数据显示，如果以出货量为统计标准，近年来中国空调产业向全球范围包括国内市场的产品供给量已经超过了1.5亿台，而其中体量最大的国内市场目前进入了

存量竞争阶段。在2015年国内空调市场面临大量库存积压和2017年中国制造业经历寒冬之后，国内空调市场趋于饱和，空调厂商利润增速放缓，家电厂商纷纷寻求海外市场扩张之路，寻找新的增长点。从内销、出口到当地设厂运营，厂商们集体将画面切换到了自有品牌海外拓荒之旅。

奥克斯集团董事长郑坚江表示：“奥克斯空调目前的销售已经覆盖全球100多个国家和地区，即使在经济形势错综复杂的2018年，奥克斯空调的海外市场销量仍然达到500万套，并连续五年成为空调出口市场增长率第一。此次日本研发中心的成立，是奥克斯国际化战略的重要一步。”据了解，截至2019年3月，奥克斯已经拥有五大研发中心和十大制造基地，奥克斯空调总产能已经超过2800万套，并且奥克斯已经明确目标——保证每年销售收入35%的增幅，2022年实现5500万台年销量的业绩目标。对于奥克斯来说，立足中国市场是基础，打开全球市场才是未来战略的重要组成部分。

家电产业观察家洪仕斌认为，

中国制造要走向世界，必须解决的核心问题是创新能力。国内空调企业进一步强化创新和品质的理念，并全面加大海外市场的开拓力度，是势在必行的战略选项。而能够站在全球市场的角度，提升研发水平与创新范围的海外研发中心，则是国内空调企业全球化战略中最为关键的环节。

《国家创新驱动发展战略纲要》强调，强化原始创新，增强源头供给。创新是企业品牌建设的原动力，国家鼓励企业加大技术研发投入，优化企业内部研发创新、成果转化的组织管理机制，提高企业自主创新、持续创新能力，扩大高质量产品与服务供给。作为空调行业的领头羊，格力、奥克斯等开启全球创新，为国内空调企业全球化树立了良好的发展模式。

“在全球化浪潮的冲击下，以产品和模式创新，实现企业与用户的连接将是空调企业发展的新路径。格力、奥克斯等头部企业的全球化创新成果，成为其他空调企业自主创新发展的标杆。”洪仕斌说。

北京商报记者 金朝力

## 今年中国智能音箱市场规模将达2650万台

北京商报讯(记者 金朝力)近日，360在北京宣布了其IoT战略，推出家庭安全大脑，并发布了多款智能硬件产品，其中包括一款智能音箱——360 MAX。

与2018年春季苏宁、博信、斐讯、猎豹、百度等众多品牌进入带来的热闹相比，中国智能音箱市场在2019年春季显得稍有些沉寂，新晋品牌仅360一家。不过经过巨头洗礼后的市场规模依然保持着高速增长的态势，根据奥维云网

(AVC)线上监测数据显示，2019年1-2月中国智能音箱市场销量为282.9万台，同比增长88%。

据北京商报记者了解，2月受春节假期的影响，智能音箱线上市场销量环比下降了43.3%，但由于2018年基数较低，同比仍然增长52%。

从品牌格局看，根据奥维云网(AVC)线上监测数据，1-2月排名前三的品牌是天猫精灵、小米和百度，TOP 3品牌份额超过90%。巨头

通过价格战抢占用户的同时也建立了较高的生态壁垒，新进入者除非品牌或产品具有极强的吸引力，或者背后有巨额资金支持，或者另辟蹊径，寻找合适的细分市场，否则很难在市场立足。

随着各大企业加速IoT生态的布局，智能音箱作为入口级产品会受到更多的重视，2019年中国智能音箱市场将继续增长，根据奥维云网(AVC)预测，2019年中国智能音箱市场规模将达到2650万台。

## 康佳集团2018年度营收增长近五成

北京商报讯(记者 金朝力)3月29日，康佳集团股份有限公司正式发布2018年年度报告，报告期内康佳集团共实现营业收入461.27亿元，同比增加47.71%，归属上市公司股东的利润为4.11亿元，同比增加22.56%。

2018年消费电子产业可谓是哀鸿遍野，但康佳集团却逆风飞扬，不但实现了营收利润逆势双增长，而且提质增效，多点开花，成为今年消费电子行业最耀眼的明星企业。探索其背后质变的原因，主要来源于康佳集团近两年来大刀阔斧式的变革。

2018年，康佳集团制定并推动

实施以转型升级为导向的发展新战略，明确了以科技创新为驱动的平台型公司的核心定位，坚持“科技+产业+园区”的发展方向和“硬件+软件、终端+用户、科技+投控”的发展模式，以改革、转型、升级为策略，着力构建产业产品业务群、科技园区业务群、平台服务业务群和投资金融业务群四大业务组群。

2018年，康佳集团在彩电业务方面进一步优化业务结构，其中，海外业务销量同比增长33%；其次，康佳正在积极推进彩电业务机制变革，如重点推进彩电业务的独立法人化运作等；最后，康佳在彩电业务领域不断强化创新驱动，加

大研发投入，技术创新水平进一步提升，率先推出了具有自主知识产权的8K解码芯片，以及远场语音、人脸识别等技术。

在白电业务领域，2018年，包括新飞电器在内，康佳集团白电业务规模实现增长22.46%，电商业务同比增长33%。去年，康佳集团以4.55

亿元收购新飞电器，并于两个月后宣布复产。

## 公司声明

北京中创嘉科技开发有限公司营业执照副本2-2(注册登记号为91110101599636370F)由于保管不慎污损，申请换新，声明作废，特此公告。

2019年4月2日