

· 看台 ·

## 热水器市场存量博弈

## OPPO Reno 5G版瑞士正式发售

北京商报讯(记者 石飞月)5月1日,OPPO与瑞士电信(Swisscom)合作在瑞士正式发售OPPO Reno 5G版,该款手机从而成为欧洲首款正式商用5G手机。目前,OPPO Reno 5G版已经通过瑞士电信在瑞士境内的多家门店和其官网进行发售,起始售价为999瑞士法郎。未来几个月,OPPO Reno 5G版将陆续在全球更多市场发售。

此前,作为瑞士电信合作伙伴,OPPO应邀出席了其在苏黎世举行的5G发布会。期间,双方共同宣布将携手为瑞士消费者带来真正的5G网络和首款商用5G手机。瑞士电信已获得多个5G频谱,并预计在2019年内在瑞士全境陆续完成5G网络部署。今年2月,OPPO携手瑞士电信在内的四家运营商联合启动“OPPO 5G登陆行动”,此次Reno 5G版的正式发售标志着OPPO已经通过该行动真正实现5G商用落地。

## 京东方一季度营收增长22.66%

北京商报讯(记者 石飞月)近日,京东方科技集团股份有限公司发布2019年一季度业绩报告。报告显示,2019年一季度,BOE(京东方)营业收入达264.54亿元,同比增长22.66%;归属于上市公司股东的净利润为10.52亿元,环比大幅提升。

今年以来,BOE(京东方)端口器件、智慧物联和智慧医工三大业务实现快速增长。2019年一季度,BOE(京东方)投建的全球最高世代线——合肥第10.5代TFT-LCD生产线满产满销,带动65英寸、75英寸显示屏出货数量同比和环比大幅增长;全球领先的第6代柔性AMOLED生产线良率稳步提升,为一线品牌客户供货。同时,BOE(京东方)智能手机全球市场出货量也实现逆势增长,市场占有率排名全球第一。

## 苹果2019财年二财季净利降16%

北京商报讯(记者 石飞月)5月1日,苹果公司公布了截至3月30日的2019财年第二财季财报。财报显示,苹果第二财季营收为580亿美元,较上年同期下降5%;净利润为116亿美元,同比下滑16%。

具体到各个业务方面,苹果第二财季iPhone营收为310.5亿美元,低于分析师平均预期的311亿美元,去年同期为375.6亿美元;iPad营收为48.7亿美元,高于分析师平均预期的42.1亿美元,去年同期为40.1亿美元;Mac营收为55.1亿美元,低于分析师平均预期的58.5亿美元,去年同期为57.8亿美元;可穿戴设备、家庭产品和附件产品营收为51.3亿美元,高于分析师平均预期的47.9亿美元。

## 中兴一季度净利润8.63亿元

北京商报讯(记者 石飞月)4月29日晚间,中兴通讯披露一季度报告,一季度公司实现营业收入222.02亿元,实现净利润8.63亿元,同比增长115.95%。

中兴通讯表示,一季度期内,公司持续强化费用控制,销售费用同比减少。中兴通讯实施战略聚焦,持续聚焦运营商主航道,已做好5G端到端商用的全面准备。公告显示,一季度中兴通讯的研发投入为30.93亿元,占营业收入比例的13.9%,占比较上年同期的9.8%上升4.1个百分点。

## 注销公告

北京藤麦科技有限公司(统一社会信用代码 91110116MA00DWG5J),经股东会决议,拟向公司登记机关申请注销登记,清算组成员:王浩、宋巍、王浩任清算组组长,请债权债务人员自见报之日起45日内向本公司清算组申报债权债务,特此公告。

2019年5月7日

“2018年受房地产调控影响,国内热水器行业整体增速放缓,尤其是城市市场逐渐恢复到存量时代,未来行业整体规模或将维持一个动态平衡状态,行业整体迎来转折点。”中国家用电器协会副理事长徐东生日前对北京商报记者表示。

在日前由中国国家电网与独家渠道合作伙伴京东家电、战略合作伙伴国际铜业协会联合主办的2019中国热水器行业高峰论坛上,奥维云网总裁郭梅德认为,短期来看热水器作为房地产配套产业链,受累于房地产销售新低,迎来低位盘整期。但长远来看,随着市场进入存量阶段,热水器行业与房地产市场的关联性正在逐渐发生“解耦”,存量市场时代,企业更应该用产品、品牌、服务来吸引消费者。他

认为:“未来2-3年,城市存量房的换新需求将得到释放,这预示着热水器需求拉动将与房地产走势基本无关,反而是消费者生活习惯、消费人群年轻化以及可支配收入增速变化会对热水器行业产生较大影响,企业应以舒适健康、绿色节能产品谋求升级,打动人心”。

市场环境的变化,决定了企业思路的转变。在中国国家电网的前期调研中,华帝热水器方面曾表示,尽管2018年热水器市场销量“蛋糕”有所萎缩,但行业中高端产品占比一直在提升,均价曲线也呈现上扬态势。由于看好热水器发展,2018年华帝热水器板块从原厨卫板块中单独拆分出来,并计划与净水等业务组成独立的水系统单元进行运营。2019年,公司将持续推进区域、经销商、价格等体系变革,以期与其未来对热水器行业的战略定位相匹配。

企业的预见与郭梅德的观察基本一致,他将“换新”和“升级”定义为2019-2020年企业活动的关键词,并认为:“目前,我国居民人均可支配收入已经跨越8000美元大关,尽管各阶层收入增幅不同,但消费者普遍期待更高质量的生

活,即消费升级”。据悉,目前换新需求以及二手房装修需求已经占到城市热水器消费70%的比例。

京东家电厨卫大家电热水器部门负责人杨睦巍分享了这样一组数据,2018年,京东热水器品类销售量同比增长36.2%,其中电热水器同比增长40.7%,燃热同比增长29.3%。而热水器细分品类中,空气能热泵、电即热、燃气壁挂炉、电热水龙头都实现了三位数以上的超高速增长。杨睦巍将京东热水器品类的成功归因于两方面,一是消费多元趋势下,新品类的快速成长;二是京东四六级市场的加速下沉。

与一二线城市以换新为主的基本面不同,三至六线城市中换新需求和新增需求共存。杨睦巍认为,近年来县镇农村的消费意愿和消费潜力得到充分释放,并大有“逆袭”一二线城市的势头。2018年京东家电专卖店热水器品类成为消费者继电视、冰洗、空调外,最热衷选购的家电商品,其中,长三角、华中、西南区域在京东内部分额显著提升,尤其河南、浙江、安徽、广西等省增幅明显。

北京商报记者 石飞月

## TCL王成:IoT的竞争是一场长跑

北京商报讯(记者 金朝力)随着5G的来临,IoT(物联网)也成为诸多企业的必争之地。而对刚刚成立的TCL实业控股(广东)股份有限公司(以下简称TCL控股)来讲,则是一场智能化转型的“硬仗”。

目前IoT已鸣枪起跑,如何选择赛道和赛跑方式便成为各个企业绕不过的坎。“这是一场长跑,不是短期赚流量就能决定IOT的格局。”TCL控股CEO王成对未来的路线选择给出了明确的答案。

随着小米加码大家电、华为剑指大屏市场,一场“狼来了”的故事正在家电行业全面上演。TCL控股所面对的真正对手,一定来自行业之外。大家进来是看到彩电这块

大屏在家里的地位和商业价值,它是IoT生态建立者必须要抢占的中枢。”王成说。

王成认为,面对外来的挑战,一方面希望“外来者”让TCL看到原来看不到的机会。比如TCL与华为就大屏在协议互联互通、云端对接等方面进行了很多的讨论;华为智能大屏是自己做还是与厂家一起做,不排除各种可能性”。

另一方面,TCL的真正对手也是自己!如果还是用家电公司原来的逻辑,只是强化原来的能力还是远远不够,我们要建立、培育、巩固新的技术。”

为了抢占智能化的机会,TCL在今年3月的AWE期间推出了面向家庭、个人、旅游、社区用户的四大智能终端及服务解决方案。值得

注意的是,TCL不仅具备上述全品类智能硬件制造能力,更重要的是在技术上具有优势。依据王成介绍,TCL几大场景的人工智能引擎为自己研发,而非使用第三方的智能引擎。掌握引擎则意味着掌握核心竞争力。此外,TCL控股还制订了五年内,即到2023年,年营收冲击2000亿元的目标。

4月25日,根据TCL公布的一季度北美彩电市场销售数据,在北美市场,TCL3月销量超越三星,首次在美国市场跃居第一。王成对北京商报记者表示:“这是对中国品牌的一个很好的证明,证明通过多年来我们技术上的积累、效率上的改善,包括我们对市场变化上的洞察,中国品牌已经可以做到超越三星这样的巨头。”

## 顺义区税务局积极优化出口退税管理服务

一是加快出口退税进度。建立出口退(免)税企业分类台账,优化动态管理,及时就符合条件并提出申请的企业进行管理类别调整,加大审批密度,保证一类出口企业3日、二类企业5日、三类企业15日内办理完成退税。

二是持续推进无纸化工作。充

分利用现有信息技术,实现申报、证明办理、核准、退库等出口退(免)税业务“网上办理”,同时实现辖区一类、二类企业无纸化全覆盖;通过面对面辅导、专题培训、专业骨干对接等举措,面向新办企业大力铺开无纸化申报宣传,切实便利企业办理退税。

三是优化出口企业管理服务。建立出口退税企交流微信群,定期提醒出口企业退(免)税申报、审核、退库进度及申报退(免)税期限、系统升级等情况,并根据实际需要适时开展政策解读,便于出口企业及时了解相关政策,足额获取出口退税。