

· 产业动态 ·

## 晨光文具增加化妆品业务

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 李漾)6月4日,上海晨光文具股份有限公司(以下简称“晨光文具”)发布公告称,因业务拓展、销售渠道建设等需求,拟在现有经营范围的基础上新增若干内容,其中包括化妆品批发、零售。

这不是晨光文具第一次接触日化产品。晨光文具控股子公司上海晨光科力普办公用品有限公司(以下简称“晨光科力普”)在2018年10月的一次经营范围变更中,就曾增加了化妆品、清洁用品、卫生用品等若干内容。在此之后,2018年11月,晨光文具向晨光科力普增资人民币3.2亿元,增资后,晨光科力普的注册资本变更为人民币6.6亿元,保持30%的出资额比例不变。

2019年3月,晨光文具联手美加净,在樱花季推出了樱花宠物限定礼盒,并亮相上海顾村公园樱花节。据了解,限定礼盒中含美加净樱花润手霜、晨光樱花本和樱花笔套装。目前该限定礼盒仍在美加净官方旗舰店销售,樱花本和樱花笔套装在晨光文具的官方旗舰店销售。

无论是增资控股子公司,还是联手美妆品牌推出限定礼盒,都表明了晨光文具改变的决心。虽然近年来晨光文具业绩健康增长,但依然受困于文具行业的发展现状和特点。

财报显示,晨光文具2018年营业收入为85.3亿元,比上年同期增长了34.26%,归属于上市公司股东的净利润为8.06亿元,比上年同期增长了27.25%。2019年一季度财报显示,年初至报告期末,晨光文具的营业收入为23.55亿元,比上年同期增加了28%,归属于上市公司股东的净利润为2.58亿元,比上年同期增加了26.42%。

然而,书写工具、学生文具以及办公文具受经济周期波动影响很小。书写工具、学生文具单价较低,属于收入弹性较小的消费品,对经济周期波动并不敏感。同时,学生文具存在一定的季节性。在每年的2月和9月新学期开学前,即文教领域所说的“学汛”期,经营学生文具的相关企业会迎来一年中销量的高峰期。

对此,晨光文具也在年报中指出,未来会面临外部环境不确定,消费渠道多元分散,由主力消费人群“90后”“00后”的个性化需求而推动的新产品需求等挑战。在业内人士看来,更多的业绩增长来源于消费升级和产品升级,可见此次在经营范围中增加化妆品等内容是晨光文具寻求增长点的重要一步。

## 中国获2023年亚洲杯承办权

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)6月4日,在法国巴黎召开的亚足联特别代表大会上,亚足联正式宣布,2023年的第18届亚洲杯将由中国承办,并表示“期待中国能举办一届历史最成功的亚洲杯。”

值得关注的是,这是中国时隔19年后再次承办亚洲杯,历史上中国曾经举办过2004年亚洲杯,中国队在当届决赛中以1:3”的比分不敌日本队获得亚军。在此次亚足联特别代表大会宣布第18届亚洲杯的承办国时,所有的目光都聚焦于中国,这是由于中国是本届亚洲杯唯一的候选承办国。

实际上,此前2023年亚洲杯候选的主办国还有韩国,但前不久宣布放弃申办,这使得中国成为唯一的申办国。同时,由于亚洲杯扩军到24队,最少将有8座中国城市承办亚洲杯比赛。目前,中国各城市申办热情高涨,已有多达12座城市表示有意承办比赛。

有业内人士分析称,中国获得2023年亚洲杯承办权,当代明诚的子公司登峰体育或将成为最大受益者之一。去年,亚足联已与登峰体育签署合约,授予登峰体育2021-2028年亚足联赛事全球独家商业权益。

登峰体育CEO马明辉对此表示:“我们非常激动亚洲杯将于2023年重回中国。亚洲最顶级的足球赛事将为媒体平台和品牌提供难得的机会,使得它们不仅能参与到足球这项亚洲第一运动中,而且与亚洲18亿的国家队支持者产生密切接触。”

亚足联秘书长拿督·温莎·约翰则表示:“亚足联十分期待与登峰体育的合作。国家队赛事方面,登峰体育获得的权益不仅涵盖了2023年亚洲杯和2022年卡塔尔世界杯亚洲区预选赛这样的明星赛事,还包括女足亚洲杯、U23锦标赛及一系列青少年比赛等。”

## 蔚来暂时下线电池租用计划

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)6月4日,针对蔚来取消电池租用计划的消息,蔚来官方回应北京商报记者称,电池租用计划并未取消,只是暂时下线,蔚来正在更换提供相关服务的金融公司,预计该计划6月中旬会重新上线,且具体内容届时也基本不会发生什么变化。

早在蔚来首款量产车ES8上市时,电池租用计划便随之同步推出,选择该计划可使车辆价格下降10万元。最初,电池租用计划需要用户交纳1280元/月的电池租用费,连续78个月,后期改为1660元/月,连续60个月。由于无需缴纳手续费、利息等,该计划也被不少用户视做10万元的无息贷款。

值得注意的是,尽管电池租用计划暂不可用,但目前蔚来仍提供了包括分期贷、随享贷、速享贷等在内的几种金融购车方案,其中部分产品可享受免息待遇。如购买一辆补贴前总价49.8万元的ES6首发纪念版,选择“智慧贷”,该贷款金融机构为中国银行,首付50%,12期后直接付清50%的尾款,则年化费率仅为零,也就是无需支付利息。

## 苹果分拆进行时

6月4日凌晨,苹果公司一年一度的WWDC全球开发者大会(以下简称“WWDC 2019”)如约而至,旗下五大软件操作系统继续更新,各个硬件生态浮出水面,iTunes也如此前被剧透一般一分为三。总结而言,WWDC 2019最大的关键词就是“拆分”,所有品类都有独立发展的迹象,似有当年乐视七大生态的影子,但与之不同的是,苹果并未正式跨界做汽车,依然是在其擅长的消费电子领域继续扩张。

## 五大子生态

与往年一样,软件依旧是这次开发者大会的主题。不同的是,苹果结合现有核心产品线带来了全新的iOS 13、watchOS 6、macOS Catalina、tvOS以及首次发布的全新iPadOS,将硬件产品线的生态系统做了彻底分割。

率先登场的是全新的tvOS。虽然Apple TV在国内受众很窄,但在国外颇受欢迎。新的tvOS将开始提供对Xbox和PS4手柄的支持,之后会推出近百款游戏。全新的watchOS 6也有所改进,包括更新更加个性化的表盘及独立的软件商店。至于手机系统,苹果在这次的iOS 13上带来了全新的黑暗模式,使用体验显著提升,如让Face ID的解锁速度相比上代提升30%。而在全新的macOS Catalina中,照片、备忘录、提醒事项等应用都进行了大幅改动。

此次,最出人意料的要属全新iPadOS的发布。iPad自诞生至今,运行的都是iOS系统,只是体验与iPhone稍有区别,而新的iPadOS将从UI设计、分屏操作等功能做出改变,在很多核心功能体验上已接近于macOS。

综合来看,iPad、Apple Watch这些苹果旗下重要硬件产品已经脱离了基于iPhone的产品逻辑,逐渐形成了自身的子生态,这些产品正在进化成能够独当一面的重要硬件产品。



## 正式分拆iTunes

除了五大软件系统的更新,iTunes被分拆也成了大会的重头戏。

早在两天前,就有外媒爆料称苹果将放弃iTunes,将其分拆为三个全新的App,而在此次大会上,苹果正式宣布放弃iTunes,取而代之的是三个独立的App,其分别是播客、电视和音乐。其实这个转变在iPhone上已经实现,这一次主要是应用于macOS设备。

2001年1月9日,iTunes诞生。伴随着苹果硬件的火热销售,这款音乐播放软件征服了全球很多用户,对于众多欧美乐迷、影迷来说是常用软件,可以付费下载歌曲和电影、美剧等,iTunes数字音乐下载榜依然是当今数字音乐下载榜的主流。

但近年来,iTunes系统由于太过臃肿而被诟病。运营商财经网总编辑康钊认为,iTunes分拆对苹果有很大的好处:“没有了iTunes之后,用户可以通过音乐App管理iPhone或iPad等设备。原有的iTunes界面太陈旧,用户已无法适应。再继续使用iTunes的话,苹果在音乐方面的优势将彻底丧失。同时,新的App有助于苹果公司提升视频体验”。

生态老路吗?”知名互联网学者刘兴亮表示,内容生态重要性凸显的同时,在旗下固有生态已经建立后,如何挖掘现有生态的潜力,并基于旗下硬件进一步拓展新的子生态,让生态之间产生化学反应,是苹果在此次大会上对外透露出的重要信号。

苹果的确展示了转型决心。库克称,3月推出的服务已经取得了进展,有300多款杂志入驻Apple News+,100多款游戏加入Apple Arcade,Apple TV+有了更多原创影音等。

产经观察家丁少将认为,库克接手苹果后,和乔布斯的风格不太相同,苹果一度被认为是“讨好用户”;另一方面,苹果近年来的市场表现相较于此前有所下滑”,需要做出改变。

从近一年的财报来看,苹果的表现并不乐观,尤其是iPhone。尽管库克在现场表示,iOS 12的用户满意度和装机覆盖率分别达到97%和85%,Android 9.0的覆盖率为10%,但从Gartner最新数据来看,今年一季度,苹果iPhone在全球智能手机市场的份额降至11.9%,去年同期为14.1%。

2019财年二季度财报也显示,苹果当季营收580.15亿美元,同比下滑5%。其中,硬件产品营收为460.65亿美元,同比下滑9%;而由于硬件营收不振,加上研发、管理、销售等运营成本上升了12%,苹果该季度净利润同比下滑了16%,为115.61亿美元。面对如此境况,苹果转型不难理解。

不过,丁少将指出,苹果的核心业务还是iPhone,所谓的生态化反应需要建立在硬件基础之上,否则软件得不到支撑,再加上苹果的生态是封闭的,硬件的作用不可忽略。

当然,与乐视不同的是,苹果仍在做自己擅长的事。优秀的系统,加上环环相扣的五大子生态,这种挖掘已有业务潜力的方式会让苹果更加务实。

北京商报记者 石飞月

S 重点关注  
Special focus

## 京津冀动力蓄电池回收利用项目提速

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)6月4日,工信部发布消息称,京津冀三地加快推进动力蓄电池回收利用试点工作,北汽鹏龙、北汽新能源、北汽福田以及格林美、厦门钨业、河北钢铁集团等产业链上下游企业近日共同在河北省黄骅市合作实施了北汽鹏龙动力电池梯次利用及资源化项目。

据了解,北汽鹏龙动力电池梯次利用项目将分两期建设,一期为梯次利用项目,占地面积230亩,预计总投资5.26亿元,分三个阶段实施。二期为资源化回收项目,拟投资12亿元,主要从事动力电池的回收处理、资源化。

北汽鹏龙相关负责人对北京商报记者表示,“作为本次项目的实施主体,北汽鹏龙将联合产业链合作伙伴,共同建立动力电池回收及梯次利用+资源化’循环利用平台,并成为全国首个大型

动力电池梯次利用企业。目前,项目实施单位北汽鹏龙(沧州)新能源汽车服务股份有限公司运营管理团队已基本到位,项目总体设计方案已完成”。

近年来,随着国内新能源汽车保有量不断增长,废旧动力电池处理问题凸显。动力电池使用寿命一般为5-8年,这意味着,国内前期投入市场的动力电池已基本处于淘汰临界点。根据中国汽车技术研究中心预测,2018-2020年,全国累计报废动力电池将达12万-20万吨;到2025年,动力电池年报废量或达35万吨。

为了让“退役”的动力电池继续发挥余热,我国不断完善相关体系建设。2018年2月,工信部等7部委发布了《新能源汽车动力蓄电池回收利用管理暂行办法》,鼓励汽车生产企业、电池生产企业、报废汽车回收拆解企业与综合利用企业等通过多

种形式,合作共建、共用废旧动力蓄电池回收渠道;同年7月,工信部又出台了《新能源汽车动力蓄电池回收利用溯源管理暂行规定》,要求对动力蓄电池生产、销售、使用、报废、回收、利用等全过程进行信息采集。

在国家政策的引导下,动力电池梯次利用领域已经成为一个蓝海市场。截至2018年9月,我国新能源汽车保有量达221万辆。据相关机构预测,到2025年,动力电池回收市场规模将达到370亿元。

巨大的市场增量面前,不少企业加速布局,并逐渐构建起产业链。作为动力电池回收产业的上游链条,除了北汽集团,此前国内部分车企也已经正式入局。2018年10月,一汽、东风、比亚迪等11家新能源汽车生产企业与中国铁塔签订了动力电池回收利用体系建设合作意向书。

## 2022年冰雪装备器材产业年收入将超200亿

北京商报讯(记者 陶凤 彭慧 白杨)6月4日,工信部、国家体育总局等九部门联合印发《冰雪装备器材产业发展行动计划(2019-2022年)》(以下简称“行动计划”),提出到2022年,我国冰雪装备器材产业年销售收入超过200亿元,年均增速在20%以上。

当日午后,冰雪产业链迅速走强,探路者直线封板,长白山涨5%,中信国安、雪人股份等个股跟涨。

据工信部介绍,冰雪装备器材产业是冰雪产业的重要组成部分。随着冬奥会进入“北京周期”,三亿人参与冰雪运动”纵深推进,冰雪装备器材产业发展不断提速,有望成为新的增长点。

《行动计划》从开发大众冰雪装备器材、实施精品示范应用工程、完善产业支撑体系、加强企业品牌培育等四

大方面提出了重点任务。

在精品示范应用工程方面,开展“南展西扩东进”、“冰雪运动进校园”、智慧冰雪运动场馆、冰雪休闲旅游综合体以及赛事超高清制播等示范应用;同时组织实施冰雪装备器材标准领航项目,建设冰雪装备器材检验检测和认证机构,建立产业发展平台,完善产业支撑体系。

北京大学经济学院产业经济学教授曹和平告诉北京商报记者,无论是从短期还是长期看,通过冰雪装备器材产业,加速冰雪产业布局,都将对经济发展起到拉动作用。短期来看,政策鼓励布局冰雪产业,借助“事件经济”,兴建冰雪场馆和设施,将从投资侧来拉动内需的增长;而长期来看,冰雪产业布局后形成持续的吸引力,带

动旅游消费的增长,又将从消费端对经济形成支撑。

不过,我国冰雪产业发展依然存在短板,工信部也坦言,目前我国冰雪装备器材产业尚处于起步发展阶段,面临研发攻坚难度大、技术标准体系不完善、产业体系亟待优化等突出问题,迫切需要加强产业顶层设计,通过政策引导和支持,充分激发市场主体活力,促进产业高质量发展。

为此《行动计划》从加强组织领导、加大政策激励、优化产业发展环境、推动高水平开放合作、加快专业人才培养等五大方面明确了保障措施。

例如,对于加大政策激励,《行动计划》提出要统筹利用现有渠道,充分利用政府采购、首台(套)重大技术装备保险补偿机制、新材料首批次应用

保险补偿机制、进口税收政策、科技创新奖励等政策措施。

而从整个冰雪产业体系来看,南开大学经济与社会发展研究院副院长白雪洁对北京商报记者表示:“冰雪产业是一个从制造业到服务业的纵向链条比较长的产业,对于这个领域的的发展,我们一直强调服务环节的发展对制造环节的发展带动作用。但是,目前我国在冰雪产业制造的优势要强于服务和活动方面,服装、装备出口量很大,只是国内市场还没有很好地打开”。

“很明显,冬奥会将成为冰雪产业的撬动因素。与此同时,我们国家整体的经济发展和消费的升级,使作为一种高水平享受型消费的冰雪服务迎来了发展空间。”白雪洁告诉北京商报记者。