

业界传真

海尔电器私有化通过 海尔智家有望登陆港股

本报讯 白电领域的三大“巨头”之一的海尔,在资本市场将迎来变局。近日,海尔电器发布公告,特别股东大会以99.99%的赞成票顺利通过私有化议案。若最终私有化议案获法院批准,之后海尔电器股份于香港联交所上市地位将撤销,并成为海尔智家的全资附属公司,海尔智家将于当日登陆香港联交所进行买卖,实现“A+H+D”三地上市。后者有望成为全球第一家三地上市的家电企业。

此前海尔家电业务拥有两个上市平台,分别是A股上市的海尔智家,以及在港股上市的海尔电器,海尔智家亦是海尔电器的重要股东。从业务角度来看,海尔智家的产品主要为冰箱、冰柜、厨电、空调等,海尔电器的产品主要为洗衣机、热水器及净水器等。业内人士认为,此前海尔集团的家电业务分装在两家上市公司,业务领域划分不够清晰,反而增加了不少不必要的成本,在一定程度上影响了企业的盈利能力。

文静

京东集团投资7亿美元 加码社区团购

本报讯(记者 戈清平)近日,京东集团发布公告称,将以7亿美元战略投资湖南兴盛优选电子商务有限公司。

京东集团首席战略官廖建文表示,通过投资兴盛优选,双方将在数据、技术、仓储和短链物流等领域开展紧密合作,更好的扎根于下沉市场,服务农村。在他看来,京东集团投资兴盛优选主要基于双方在商业价值观层面的高度一致,其共同的目的就是用技术和供应链能力赋能线下门店,尤其是不发达地区的线下门店,帮助低线市场的门店主消除信息不对称、降低流通成本、提升经营效率,实现更好的选品和经营,通过他们来触达和服务消费者,而不是替代他们。

廖建文表示,借助投资兴盛优选和打造京喜品牌,京东将深入下沉市场,为消费者提供低价不低质、省钱又省心购物体验,同时帮助更多门店和线下业态降低成本、改善效率,积极为社会创造更多的就业机会,为下沉市场注入更多的经济活力。

杭州钱塘新区 “科创板第一股”诞生

本报讯(记者 罗晓燕)随着开市金锣被敲响,近日,杭华油墨股份有限公司在上海证券交易所科创板挂牌上市,标志着杭州钱塘新区“科创板第一股”诞生。目前,杭州钱塘新区累计境内上市企业已达12家。

据悉,杭华油墨股份有限公司成立于1988年12月,系杭州市最早的中外合资企业之一。作为一家专业打造绿色环保型产品的企业,杭华股份主要经营各类油墨及油墨类辅助产品,目前年生产能力约3万吨油墨,连续十余年稳居中国油墨行业的领先地位。2019年,公司实现营业收入10.08亿元,同比增长4.3%;净利润9012.17万元,同比增长34.67%。

近年来,杭华股份深入开展技术研发与创新工作,率先在国内首推环保型紫外光固化油墨,主导和参与了胶印紫外光固化油墨、柔性版水性油墨、胶印热固着轮转油墨等四十余项行业标准的制订。目前,杭华股份拥有发明专利14项、实用新型10项、外观专利1项。“杭华”品牌依次被认定为“浙江省企业技术中心”“浙江省高新技术企业研发中心”“浙江省企业研究院”,并且连续4次通过了“国家高新技术企业”的复审及评定,荣获中国印刷技术协会颁发的绿色原辅材料质量管理先进单位荣誉称号。2019年11月,该公司通过了国家工业和信息化部评审,成为中国油墨行业唯一一家工业产品绿色设计示范企业。

坐上“过山车” 智能家居行业如何突围?

本报记者 戈清平



图片来源:本报图片库

今年的智能家居设备市场犹如经历了一次“过山车”。在一季度出货量下降,二季度上升后,三季度又出现下降态势。

近日,IDC发布的《IDC中国智能家居设备市场季度跟踪报告》显示,今年三季度我国智能家居设备市场出货量为5112万台,同比下降2.5%。

那么,为何今年智能家居设备市场会出现这样的波动?厂商如何找到问题所在,于变局中开新局?未来的行业发展方向在哪?厂商如何顺势而为,实现逆势增长?

市场出货量再下滑

在今年三季度整个智能家居设备市场出货量下降的背景下,部分细分市场出货量下降也十分明显。《报告》显示,三季度智能音箱市场出货量约为829万台,同比下降14.7%;家庭视听娱乐设备出货量约为1238万台,同比下降19.9%。

对于下降原因,IDC中国分析师刘云介绍,除疫情及宏观经济影响外,导致这一现象的原因有三方面。“首先是三季度中后期上游面板、芯片供应出现缺口,对智能电视、带屏智能音箱、安防监控设备出货带来不同程度影响,其中智能电视本应是出货高峰期,却在三季度以惨淡收尾;其次是电商渠道对智能家居市场的增长拉力作用减弱;第三是生态服务发展滞后,阻碍了智能化步伐。

财富书坊创始人周锡冰表示,三季度智能家居设备市场出货量下降有三方面原因。“一是疫情得到基本控制,大

批工厂复产复工,消费者因为工作的原因降低了对智能家居设备产品的需求;二是疫情期间,过度的购买抑制了后续需求;三是供应链因为疫情的影响导致产能不足。”

中国家居/设计互联网战略专家、小伙伴产业服务机构创始人兼CEO王建国认为,三季度智能家居市场出货量下降与上游供应链产能不足及“618电商大促”“双11电商狂欢节”之间的间隙期,消费者购买欲望不足等原因有关。

有下降但也有亮点

虽然整个智能家居设备市场出货量出现下降,但部分细分市场仍有较好的表现。比如,家庭安防监控、智能照明和智能温控市场,在三季度出货量分别同比增长28.6%、110.5%、337.5%。

同时,部分厂商在这一季度表现较好。比如,市场份额保持第一的小米,除了电视、音箱两款爆品持续大量出货外,智能温控、门锁和照明设备在三季度出货量同比也高速增长。

小米集团公布的今年三季度业绩公告也证实了这一说法。业绩公告显示,三季度小米总营收及净利润均创单季新高,营收达722亿元,同比增长34.5%,净利润41亿元,同比增长18.9%。其中,IoT与生活消费产品的收入达181亿元,同比增长16.1%。特别是智能电视业务在中国大陆出货量连续七个季度稳居第一位,全球智能电视出货量继续稳居前五。

此外,美的因其智能化步伐在空调、洗衣机等多条家电产品线中领先,

同时其积极布局智能照明市场,开拓新的增长点使其占据三季度智能家居设备市场份额第二的位置。海尔则因智能家电的强势地位使其位列第三位。

在周锡冰看来,在智能家居行业,美的和海尔有自身的技术优势,小米则强在畅通的线上和线下渠道。“不管是小米,还是美的、海尔都在试图用高性价比来拓展整个智能家居设备市场。”

王建国则认为,小米在榜单前列是因为其在智能家居生态建设方面较为成熟。其优势不仅体现在产品系列齐全,产品更是深受年轻消费者喜爱。

“至于海尔和美的,是因为其作为白电和小家电的大厂,依托传统白电安全、可靠、节能的优势在智能家居产品中具有独特的地位。”王建国说。

互联网、智能制造行业分析专家杨

波分析称,小米、美的、海尔占据榜单前三是因为这些品牌用户基数庞大,再加上他们都走高性价比路线,更能推进年轻人的“潮流消费”。

提升技术能力 寻找新的增长点

虽然三季度智能家居设备市场出货量微降,但《报告》仍认为,我国整个智能家居设备市场的终端、生态、渠道等方面的升级并未停滞,市场整体处于调整期。

那么,厂商应该如何在这一阶段进行调整?

刘云建议,各大厂商应提升设备AIoT能力,密切生态产业合作,积极布局下沉市场。

“AIoT能力体现为AI能力和IoT平台连接两方面,这是智能家居市场发展的基础,也是厂商核心竞争力的体现。未来语音、视觉、屏幕等方式相结合的多模态人机交互及不断升级的机器学习能力将为智能家居设备带来更广泛的应用场景。同时,IoT平台连接方面将会成为未来智能家居的主流连接方式。”刘云说。

此外,生态产业合作也是这个市场永恒的话题。“未来一段时期内整体市场都将面临各种不确定性,厂商必须强化与上游供应商的密切合作,提升风险应对能力,加快生态构建步伐,更加重视与开发者的合作。”刘云说。

在市场开发方面,刘云建议,厂商要积极布局下沉市场,通过合作区域代理、手机通信、母婴教育等渠道从线下对用户进行有效触达。

周锡冰则建议:“厂商要创造需求,打造全生态体系的智能家居;增加研发投入,布局高端产品;整合效率,配合国家政策,布局全球市场,积极走向海外。”

杨波的建议是,厂商要提高研发和设计能力,加强渠道深度合作,同时在生产制造端,与最优秀、最有经验的企业合作,在使用安全、颜值、用户体验上加速提升。

王建国也认为,要完善智能家居生态,持续提升智能家居的智能能力,提供更多的智能化场景。而在市场开拓方面,他建议要把握前装市场,提前切入,同时做好智能家居的普及,与大型的家装公司、家装设计师联盟一起普及智能家居理念,共同促进整个市场的繁荣。

高企案例

厦门钨业: 打造一流新材料创新型企业



新华社记者 邢广利/摄



新农人成主播 为家乡带货

2020年,电商经济如火如荼。湘西的腊肉、巴东的柑橘、大凉山的绿壳蛋……“养在深闺人未识”的优质“土味”特产通过四通八达的物流网,飞入了千家万户。目前,越来越多的新农人投身电商创业,把手机当作新农具,将传统的农业、手工业和电商平台深度融合,利用直播带货等热门营销方式,帮助家乡摘掉穷帽子、奔上好日子。刘海燕就是一位投身电商创新的新农人,她的网名叫“丑媳妇”,她在短视频平台上销售乡亲们的苹果,成了远近闻名的“网红”。

人工智能技术向第三代迈进

本报讯 在近日举办的2020第三代人工智能产业论坛上,展示了我国在第三代人工智能方面的探索。

何为第三代人工智能?这一概念最初由中国科学院院士、清华大学人工智能研究院院长张钹提出,指的是在第一代知识驱动和第二代数据驱动相结合的基础上,从知识、数据、算法、算力四个要素所构建的全新发展体系,其目标是完全解决计算机的智能问题,全面反映人类智能。

近年来,人工智能在我国进入爆发期。刷脸认证、自动驾驶、大数据推送、智能音箱、手术机器人……人工智能被广泛应用于金融、电商、医疗、安防、教育等各个领域,但随着技术的发展应用,由此引起的数据伪造、算法瓶颈、隐私安全、伦理困境等问题也日益凸显。在张钹看来,这些问题正是目前数据驱动的第二代人工智能天然的缺陷。

“随着全球多个国家都将发展新一代人工智能提升为国家战略,产业

需求呈井喷之势,人工智能也亟需发展出安全、可信、可靠与可扩展的第三代人工智能技术。”张钹说。

此次论坛上,由张钹院士担任首席科学家的瑞莱智慧RealAI推出了基于第三代人工智能技术的解决方案,发布了旗下两款最新AI产品:隐私保护机器学习平台RealSecure和人工智能安全平台RealSafe 2.0版。

瑞莱智慧RealAI CEO田天介绍,RealSecure是一款隐私保护AI编译器,它能解决隐私保护生态面临的性能差、易用性差、黑盒协议等诸多难题;RealSafe则是企业级的AI安全平台,是首创的针对人工智能模型的杀毒软件,可应用于人脸对比、目标检测、图像分类等场景,目前已在工信部重大建设项目以及某电网公司落地应用。

同时,RealAI与北京智源人工智能研究院联合设立的“安全人工智能创新中心”于此次会议上正式揭牌。该中心主要围绕基础数据、算

法技术、应用产品三方面,落地人工智能安全性测评、防御以及伪造内容检测等解决方案,助力北京市切实发展安全、可控、高效的工业技术研究及管理体系。此外,在工业和信息部网络安全管理局指导下,中国信息通信研究院联合RealAI、百度、腾讯、360、中科院信工所共同撰写的《人工智能安全框架》也于此次大会上首次发布。

作为新一轮科技革命和产业变革的核心驱动力,人工智能正在叠加释放历次科技革命和产业发展所积蓄的巨大能量。谈及人工智能浪潮背景下RealAI的发展规划时,田天表示:“国家政策支持为人工智能行业的发展带来切实利好,未来,RealAI将持续致力于打造算法可靠、数据安全、应用可控的第三代人工智能技术,推动AI在金融、工业、安全、新基建等领域的基础设施建设,挖掘人工智能产业的‘第二增长曲线’,让AI更高质量的服务于人类社会。” 赵青

的发展奠定良好的基础。

厦门钨业股份有限公司是福建省属国有控股上市公司,专注钨钼、稀土和能源新材料三大核心业务,是国家高新技术企业、国家首批发展循环经济示范企业、国家首批创新型试点企业,是国家六大稀土集团之一。

公司前身为厦门氧化铝厂,1982年转产钨制品以来,通过自主研发,不断探索,在钨产业领域取得了许多卓越的技术成果,形成了打破国际垄断的新产品、新技术、新方法,并逐步建设企业研发管理体系。

1984年,公司首次将钨冶炼的全新工艺“离子交换技术”实现了工业化,第一条仲钨酸铵生产线开始批量生产,同年实现了建厂25年来第一次盈利。1997年发明“快速高温制粉技术”,打破钨粉未出口为零的局面,如今依托该技术已建成了世界上最大规模的钨粉末生产线。

1999年,公司独创“紫钨原位还原法制造超细晶合金技术”,实现了高品质超细晶合金的低成本工业化生产,突破了国外技术和市场垄断,生产的优质超细碳化钨、超细晶合金棒材大量进入国际高端市场,并于2008年获得国家科学技术进步奖二等奖。2000年发明“均匀掺杂和高温拉拔形变技术”,使钨丝生产更稳定高效,一跃成为世界最大的钨丝制造商。

2002年,公司在上海证券交易所上市;2009年被认定为国家高新技术企业。公司每年投入销售收入的3%以上作为技术研发费用;2011年公司开发了应用于稀土磁材产品的“晶界扩散技术”,节约了45%-50%钨用量,并提升了磁性,成为磁性材料领域的重要技术;2012年开发了应用于锂电正极材料产品的“晶型控制与均相掺杂技术”,在电池材料技术上取得了重大突破。

公司始终坚持自主研发、自力更生的原则,先后开发了具有自主知识产权的超细晶硬质合金、北斗导航卫星天线、工业机器人电关节、电动车桥、智能手机用的MLCC纳米新材料,不仅打破了国外的技术壁垒,同时也将我国高端制造业

公司建立了开放创新、协同创新的两级技术研发体系:一级研发平台为厦门钨业“国家钨材料工程研究中心”和“高端储能材料国家地方联合工程研究中心”;二级研发平台由下属公司的研究所构成,引进高端人才,创新选人、用人机制,打造了一支1000人以上、具有优秀产业技术研发能力的人才队伍,通过不断地引进—消化—吸收—再创新,对引进技术进行了革命性改造,实现工艺与装备的同时创新,形成了企业的核心竞争力。

为适应新形势下的企业发展,公司持续实施创新驱动战略,以“高技术”“高附加值”产品,驱动企业“高成长性”发展。近年来,公司积极落实“依靠硬质合金把厦门钨业做强,依靠稀土和能源新材料把厦门钨业做大”的战略方针,持续优化和丰富产业结构。钨冶炼和粉末产品、超细晶硬质合金、切削工具、钨钼制品的规模和技术已达到全球领先水平;稀土产业形成了完整的产业链,磁性材料进入电动汽车、变频空调、风力发电、节能电梯和伺服电机等高端领域;电池材料是世界电动汽车知名企业的主要供应商,是国内最大的新能源材料生产基地之一。依靠产业布局和技术创新,公司深加工产品在销售收入中的比重不断上升,资源保障能力不断提高。

2018年,公司总资产达225亿元,实现合计营业收入250.67亿元,利润总额14.18亿元,拥有35家控股子公司和分公司,建设了3个工程技术中心(国家钨材料工程研究中心、高端储能材料国家地方联合工程研究中心和稀土材料及应用工程技术研究中心),1个企业院士工作站,3个博士后工作站。

展望未来,面对新形势下的新机遇和新挑战,公司将通过体制机制创新,建成“人才聚集的平台、技术创新的平台、产业发展的平台”,重点发展高附加值钨钼深加工产品、高性能锂电材料、高效稀土永磁电机等战略性新兴产业,打造一流的创新型企

本文选自《高新技术企业典型案例集2019》