

创维发布2019年财报 净利润达10.31亿元

3月27日早间,创维集团有限公司(下称“创维”)发布了截至2019年12月31日止12个月、未经审计的业绩报告。报告显示,2019年创维集团持续推进精细化管理,采取多种综合手段提高企业经营效率,提升产品的毛利率,进一步提升创维盈利能力。

报告显示,创维集团营业额为372.77亿元人民币,毛利达人民币75.02亿元,毛利率达20.1%,较去年同期整体上升1.6个百分点;净利润为10.31亿元人民币,相比上年度的8.39亿税后溢利增长22.9%。

多媒体产业:彩电国内销量逆势而上 互联网营收强势猛增50.2%

报告显示,创维多媒体业务的营业额为215.05亿元人民币。

2019年,中国的5G、AI、VR等新一代技术布局日趋成熟,创维把握彩电行业消费升级新机遇,坚持以消费者体验为核心,聚焦产品力和智能技术的提升,进一步实现品牌和产品的高端化,巩固市场领导地位。利用Swaiot+TrensAI技术,完成了开放式的大屏AIoT生态搭建,将全套家居融入创维智能家居生态系统。作为中国大陆行业内首家实现OLED量产的企业,创维在报告显示启动OLED普及风暴,强化OLED主导地位,据奥维AVC统计2019年1月-12月OLED市场零售量,创维市场占有率39.6%,在国内品牌中排名第一。

在产品深根细作的基础上,创维持续提升海内外品牌形象。报告显示,创维100英寸4K超高清智能电视系统产品荣登天安门城楼,见证新中国成立70周年盛大阅兵;赞助东南亚运动会,提升在东盟国家地区的品牌形象;率先开展印尼、菲律宾等国的线上电商业务,根据东南亚电商平台Lazada数据展示,位列电视品类销售第一,进驻印度连锁卖场VSALE和电商平台FILPKART;本年度,创维成为GOOGLE在安卓电视和AIoT智能家居业务的重要合作伙伴,



日益提升全球影响力。

在酷开系统的互联网增值服务方面,创维本年度收入达8.26亿元人民币,较上年度的5.50亿元人民币大幅增长50.2%。截至报告发表前,创维在中国市场智能终端的激活用户数达到4430万,日均活跃用户数达到1553万。

智能系统技术产业、智能电器产业 齐创佳绩

2019年,创维积极响应国家超高清视频产业行动计划,通过深化布局4K,推动家庭终端盒子、智能接入设备以及泛智能终端的产品等主营业务的发展,实现了包括广电运营商、三大通信运营商、国内互联网OTT零售市场和海外市场在内的四大市场业绩的大幅增长。尤其值得一提的是,旗下创维数字公司制定并提交的“多模机顶盒行业标准(TU-T J.298)获得国际电信联盟正式批准并发布,实现了创维在国际标准领域的突破。随着5G时代的到来,创维携手三大通信运营商战略合作伙伴,加快智能家居生态的建设,布局智能家居的人口,实现产品销量呈倍数增长;在

海外市场,创维进一步拓展传统Pay TV市场,积极开拓与Google、Netflix达成战略合作伙伴关系;同时,通过海外运营商的光纤改造实现了PON、WiFi路由器、4G无线路由器等硬件的销售提升,使得海外智能系统技术业务表现抢眼,整体销量居全球前列。

创维的智能电器业务也交出了优异成绩。报告显示,智能电器产品在中国大陆市场的营业额为30.77亿元人民币,同比增长10.4%。海外市场营业额12.18亿元人民币,同比大幅增长55.4%。在国内市场,创维智能电器业务布局的大客户定制战略和线上爆品策略初见成效,成为新的盈利增长点;在海外市场,通过重点深耕中东、欧洲、非洲和亚太市场,实现了海外业务增长迅速,滚筒洗衣机出口更名列全国前茅。

现代服务业: 高质量发展 未来可期

报告显示,创维建立了包括金融服务、大物流服务、园区物业经营、园区建设开发等业务的专业化队伍,明确了现代服务业发展模式。

此外,创维还加强外延式扩张和资源整合,完成神彩物流公司并购和大物流服务业专项规划实施,推动在信息安全产业、物流业务、智能系统业务和高显业务的发展。同时,创维与中国邮政创维达成战略合作,完成了中德科技产业园建设协议的签订,积极现代服务业领域的新增长点,为未来改革发展创造了良好的条件和环境,为创维科研、投资、生产、采购、建设等工作提供了有力保障。

产品研发+精细化管理双管齐下 整体毛利率成行业佼佼者

2019年,创维持续投入大量研发资金,推动5G+8K产业链和智能家居系统技术发展。本年度研发费用为18.43亿元人民币,同比大幅增长9.2%。同时,创维加强科研管理,全年完成重大科研项目验收15项,新申请专利1164项。截至目前,创维共获国家级、广东省级和深圳市级科技创新载体达到35家。

得益于雄厚的研发实力,创维建立起更紧密、强大的产业联盟,加强产业协同,广泛实施设计优化、精细化、自动化、智能化制造,对产品质量实施高标准控制,同时结合新需求、新应用,应用创新技术,提高高毛利产品的销售比例,使智能系统技术产品毛利率及营业额与去年同期比较均有上升,对创维年度毛利率上升贡献较大。在海外市场,创维持续提升服务水平和高端产品竞争力,提高毛利产品的销售比例等。综合以上策略,创维毛利率2019年提升至20.1%,同比上升1.6个百分点。

展望2020年,国家重点发力“新基建”,推动5G网络、数据中心、工业互联网等新型基础设施建设,为创维带来转型升级发展的新机遇。创维将围绕“5G+AI+应用产品”的发展思路,加速智能人居领域和超高清视频产业的关键技术和产品的研发,为用户提供有温度的科技产品,构建智慧、健康的未来人居美好生活。

伊利持续助力抗『疫』一线

3月26日,伊利集团再捐1.8亿元,持续助力一线抗疫英雄:购买京东购物卡,赠送给全国所有援鄂医疗队员,向他们提供全年营养支持;向钟南山院士、李兰娟院士、程京院士团队捐赠1500万元,感谢科研工作者做出的突出贡献,共同推动健康领域的科研攻关;第一时间购买京东购物卡,赠送给这次抗击疫情中因公殉职医护工作者的家属,为他们提供连续十年的营养支持;同时也向奋战在抗“疫”一线的社会各界人士提供营养保障。据了解,伊利累计捐赠额度将达2.8亿元。

守护抗疫突出贡献者 用营养关爱医护家庭

医护人员白衣铠甲,逆行出征。全国4万余名援鄂医护人员迅速集结,千里奔赴湖北,竭尽全力守护生命,用一颗颗医者仁心,给予患者温暖和力量。他们数个小时不吃不喝,脸上深深的压疮、血痕,湿透的衣背……让无数人心疼不已。为了感谢援鄂医疗队员的无私付出,伊利第一时间购买京东购物卡,赠送给全国所有援鄂医疗队员,向他们提供全年营养支持,用爱心和营养持续守护一线抗疫医疗队员的健康。这既是疫情爆发后,伊利为一线抗疫群体送去营养关爱的延伸,也将是队员们回到工作岗位后,伊利迎接他们的一声声暖心问候。

此次抗击新冠肺炎疫情,科技展现硬核力量。钟南山、李兰娟、程京等多支院士团队先后驰援湖北,在全力救助患者的同时开展疫情防控科研攻关,有效缓解了湖北乃至全国的疫情防控形势。钟南山、李兰娟、程京三位院士是国内医学、生物学领域的权威专家,他们不顾安危带领团队在抗疫主战场发挥重要作用,对我国完善疾病预防控制体系带来了重大影响。

为感谢科研团队和科研工作者在抗疫上的突出贡献,支持医学教育、奖掖贤贤、扶植新秀,进一步推动我国医学事业的发展,伊利向钟南山院士团队、李兰娟院士团队、程京院士团队合计捐赠1500万元,共同推动健康领域的科研攻关,继续用“坚守”书写责任,用行动为抗疫贡献力量。

面对来势汹汹的疫情,广大医护人员用一封封请战书、一个个红手印,践行着誓言,有些逆行者甚至为抗击疫情牺牲生命,从此化作14亿人民的守护星。伊利也第一时间购买京东购物卡,赠送给这次抗击疫情中因公殉职的医护工作者的家属,为他们提供连续十年的营养支持。十年长情陪伴,6万伊利人愿给每一位英雄家人最贴心的支持,永远做他们最坚强的后盾。

征集抗疫暖心故事 汇集每一份坚守的力量

疫情当前,全国人民齐心协力,众志成城,打响生命保卫战。许许多多的普通人也迅速行动起来,为疫情防控贡献自己的力量。在他们当中,有日行4万步、连续20多天奋战在抗疫路上的乡村医生;有“逆行”驾车十几个小时返回武汉后,每天为医院免费送去几百份盒饭的餐饮从业者;有数十天未进家门,与父母和孩子分隔两地的“疫”夫妻……他们克服困,坚守岗位,为救助患者、维持城市运转默默付出。正是这些千千万万个微光,汇聚成星辰大海,成为人民战胜疫情的磅礴力量。

3月16日,伊利集团联合新华网、中国图片集团共同发起“你守护生命,我守护你”暖心故事征集活动,邀请网友以照片、视频的形式记录下疫情防控中的感人瞬间,分享发生在身边的抗“疫”暖心事。为感谢他们的无私付出,伊利也为他们送上营养支持。

2月10日,当一大包牛奶箱提手被打包好,寄往湖北的20多家医院时,湖北黄冈伊利乳业有限公司配送人员小李和同事们的手机酸到几乎抬不起来,还有几个同事的手不小心被划伤了。

“医护人员奋不顾身撑起了千千万万人的希望,希望这些小小的提手能帮他们多撑一会耳朵,让他们能够歇一歇。”小李说,之所以向医院赠送牛奶箱提手,是他们发现,很多一线医护人员都在“抢”牛奶箱提手,用来缓解被口罩勒疼的耳朵。他们在伊利的调度下,第一时间筹集了3万多个提手,在最短时间内寄往湖北20多家医院。

为了让医护人员在高强度的工作压力下得到充足营养,1月29日,伊利人步行7小时横穿武汉,为一线医护人员送去了牛奶等营养物资;为了让疫情期间的宝宝“口粮”不断,许多伊利奶粉营养顾问用两条腿、一辆电动车、自行车,甚至一艘小船,为全国无数宝宝送去急需的奶粉;为了保障武汉市民的酸奶供应,伊利员工从天津出发,24小时横跨4省1358公里,千里驰援,让新鲜美味的伊利酸奶产品整齐地摆在了武汉各大超市的货架上。

当这些“守护者”奋战在抗击疫情一线时,6万名伊利人也在默默“逆行”,用自己的行动守护着他们的营养与健康,陆续将伊利营养物资送至全国31个省区市的数千家医院、疾控中心、诊所、隔离观察点、公安交警部门等一线机构,调动全球供应链紧急采购100万个口罩先后送达全国各地疫区,并通过公益战略联盟平台携手苏宁、乐尔等全球30余家产业链合作伙伴联合行动,共同抗击疫情,一起迎接春天的到来。

西凤集团向陕西宝鸡市教育系统捐赠500万只医用口罩

本报讯(记者 樊春勤)为助力中小学复课,给广大师生返校复学营造健康安全的环境,3月27日,西凤集团公司向陕西省宝鸡市教育系统捐赠500万只一次性医用口罩。

西凤公司一直致力于社会公益和脱贫攻坚事业。每年慰问驻地学校、组织无偿献血、开展青年志愿者服务,为社会奉献爱心,济危扶困。先后设立了爱心助学、公益基金;参与了抗震救灾、资助贫困县大学生、关爱退伍军人及烈属、关怀孤寡老人、关爱自闭症儿童、向公安民警英烈基金会捐款等公益活动,并与全省20多个村组开展了对口帮扶工作,通过产业扶贫模式,带动近万名农民脱贫致富。公司先后荣获全国“首批精准扶贫最具影响力企业”“2019年度中国企业社会责任杰出企业奖”,多次被授予“三秦善星”、宝鸡市“最具爱心慈善

冠名基金捐赠企业”和“企业扶贫先进集体”等荣誉称号。

西凤集团公司党委书记、董事长、股份公司董事长张正表示,西凤公司始终保持初心,不遗余力发挥国企责任,与全国人民一起,积极投身抗疫大战之中。在全力组织复工复产的同时,发动各种资源与渠道,联合各地经销商支援抗疫一线,先后为全国300多个城市的医生护士、公安交警、解放军战士等特殊岗位人群送去口罩、消毒液、50度以上西凤酒以及其他生活必需品。关爱下一代、保护孩子们的健康是西凤公司义不容辞的责任和义务。

此次爱心捐赠是西凤公司再次践行做一个“懂感恩、讲感情、有温度”的企业承诺,承担企业社会责任,为宝鸡全面夺取防疫发展双胜利贡献西凤力量的生动实践。



干洗行业差距大 龙头品牌强势崛起

多面料衣服越来越多,而这种个性化衣服,顾客在家自己洗,经常洗坏。

第二,从人方面讲,90后自己洗衣的次数越来越少;以后社会分工越来越细,专业的人,干专业的事;人们对生活品质要求越来越高,对洗衣品质的要求也会越来越高。所以,干洗业需求持续增加,以后这种服务行业一定会迎来利好。

英文“dry-clean”是指利用有机化学溶剂对衣物进行洗涤,去除油污或者是油渍的一种干进干出的洗涤方式。自1945年诞生至今,已经拥有75年的行业历史。由于在衣物洗涤过程中水不直接接触衣物,所以称之为干洗。干洗的主要特点就是避免水洗对衣物面料造成伤害,不缩水、不变形、色泽保护性好,不易造成衣物褪色、手感柔软,便于熨烫并能彻底清洗衣物上的油污或污渍。适于那些不宜水洗和易褪色的织物。

有些经济学者把社会化洗涤总量、每万人拥有干洗机数量和使用设备的先进程度,作为判断观察一个国家或地区经济是否发达,人民生活是否富裕的重要指标。

根据2017年的行业调查数据表明。西班牙每10000人拥有一家干洗店;意大利人每2500人拥有一家干洗店;而中国每25万人拥有一家干洗店。那我国的干洗行业要发展到意大利同等水平,意味着干洗行业至少还有100倍的市场空间。

发展集中 龙头品牌强势

2017年中国干洗行业整体市场规模趋向千亿,并处于稳健增长期;市场集中度极低,呈现小而分散的格局,未来市场集中度有很大提升空间。

干洗行业企业单位数量从2013年79576个上升到2014年85488个,增长7.4%,2015年108184个,2016年108059个,企业单位数目较多,分布较为分散。干洗行业经过多年的发展,已经开始逐步走向健康、平稳的发展阶段,一批优秀的干洗企业管理者成熟起来。中国是一个潜在的干洗消费大国,随着生活水平不断提高,人们的洗衣需求在今后一个较长的时间内将持续上涨,干洗行业的发展空间巨大。截止2017年,我国干洗行业市场规模达到了640亿元,以近5%的速度持续增长。2020年,干

洗行业甚至可能会超过千亿市场。

干洗行业属于服务行业,只需要购买干洗设备和掌握相关的干洗技术就可以经营。相比传统的实体行业来说,不存在进销存的烦恼,所以在干洗店的经营上相对比较简单,只需宣传到位,抓住需求,运用营销策略维系客户即可。UCC国际洗衣期待用最优质的服务,最领先的技术,最先进的设备圆用户创业之梦。

利润高、回收快的背后面临发展困境

干洗店的利润率极高,甚至平均毛利率高达80%以上。这对比于零售业的15%,餐饮业的30%,干洗行业利润十分可观。目前市场上干洗一件衣服收费5—20元,而所需物料成本不超过1元钱,而且人工成本极低。

但干洗行业也面临着许多问题。首先是小店数量多,于洗店往往投资规模较小,门面狭窄,形象档次不高,服务水平,无法满足社会快速发展的需求,特别是无法满足中高端消费群体的需求,而这个客户群体随着经济和社会的发展数量日益庞大。

干洗店服务水平偏低,大多数小型

干洗店技术水平、服务水平偏低,大家都在低水平上竞争,使得人们不放心将高档衣物拿到干洗店干洗。干洗业低端竞争大都限于价格方面的竞争,经常出现价格战,干洗质量和服务质量低劣,干洗行业整体信誉不高,消费者对20世纪90年代初期的“洗衣难”,演变成现阶段“洗衣烦”。

行业操作不够规范,大多数干洗从业人员都是实践中慢慢摸索干洗技术和经验,没有受过接受过系统、正规的培训,服务质量不佳,导致洗衣纠纷层出不穷。

干洗店工艺设备落后,目前市场上大多数干洗店还在使用开启式四氯乙烯干洗机和开启式石油干洗机,设备有害气体排放量大、噪音大、污染严重,对操作者、消费者及社区环境都有极大危害。同时,这类干洗工作效率低、能耗高,使洗衣成本居高不下。

UCC国际洗衣是集洗涤设备研制与干洗连锁加盟拓展为一体的现代化新型国际集团,也是全球干洗行业内最早从事加盟事业的洗衣品牌之一。为全面开拓中国市场,UCC国际洗衣带着美洲优秀的洗衣管理模式,先进的洗涤

技术和洗涤文化来到中国,与上海优喜洗涤设备有限公司进行长期的战略合作,在国内推出UCC国际洗衣品牌。

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局积极推进疫情防控期间市场主体年报工作
疫情期间为避免人员聚集,丰台区市场监管局卢沟桥乡市场所多措并举,积极推进市场主体2019年度年报工作。一是重结合,齐促进。防疫与年报同步推进。在做好复工复产、餐饮单位、市场经营户等疫情防控监督检查的同时,把年报宣传工作纳入监督检查内容,积极对经营户年报工作进行宣传提醒,讲解企业信用监管政策。二是重宣传,抓载体。在人流量较大的商场超市、农贸市场、楼宇和车站张贴市场监管局印制的《诚信始于年报》宣传海报。三是重服务,提效果。公开市场所前台咨询电话,实时解答经营户疑问。结合微信、微视频教程等方式,细致指导帮助辖区各类经营主体积极进行网上填报,完成年报公示工作。发挥物业管理优势,设立“集中办公区年报服务点”推进商务楼宇经营户年报申报。(刘静)

