与深圳共成长 创维集团打造智能人居美好未来

——创维集团献礼深圳经济特区40周年

每一个拓荒者,并不知道自己会写下怎样的历史。仅仅四十年,从不知名的小渔村到蜚声国际的“创新之都”,深圳经历了波澜壮阔的变化,以翻天覆地般的成就赢得了全世界的目光与点赞,展现了其在新时期的发展魄力、智慧、与决心。

伴随改革开放而生、与特区发展同频,是这片热土上众多企业的真实写照。作为具有全球竞争力的智能家电和信息技术领军企业,深圳“土生土长”的创维集团亦不例外。这家荣载中国家电产业发展史的企业,从成立那一刻起就与深圳同呼吸、共命运,塑造了一个敢创敢拼、持续向上的“深圳式”励志样本。

根植改革创新土壤 以开拓铸造品牌辉煌

“没有梦想,何必深圳。”深圳承载了无数年轻人的梦想,亦是“创维梦”开始的地方。

1988年,创维集团创始人黄宏生先生在深圳华强北二楼租了一角,联合早期的其他创业者,从电视遥控器切入,掘得了创业的第一桶金。筚路蓝缕启山林,栉风沐雨砥砺行。在随后的岁月里,黄宏生以及全体创维人一路奋起,虽经历多次挫折,但仍坚持“难修能力,苦修智慧”的信念,最终从全球超过300家彩电品牌的角逐中成功突围,成为中国家电制造巨头,铸造了一代中国“彩电大王”的辉煌。

中国第一台屏变技术液晶电视、第一台家用3D电视、第一台互联网电视、中国第一台OLED电视,参与制定中国DTMB标准,以及研发具有中国自主知识产权的电视芯片……在深圳逐渐成长为全球“新星”的同时,深圳的创维同样在其专业领域闪烁光芒,并持续为这座城市乃至国家的发展贡献自己的力量。

据统计,19年来,创维已为国家累计创造税收约406.14亿元,解决就业4万多人,更持续投入逾3亿元于社会公益;作为深圳乃至“中国制造”的一张新名片,创维SKYWORTH也已成为世界知名品牌,估值近千亿元。

抢占智能人居赛道 以创新驱动转型升维

“开拓”与“创新”是深圳城市精神的核心,也是创维前进的不竭动力。近年来,家电行业竞争日益白热化;不论是黑电还是白电,整体增长都趋于放缓。面对这一情况,创维审时度势、积极创新,在2016年确立了智能化的“升维”战略,通过加快在智能硬件、智能系统、内容服务等方面的全盘布局,构筑面向未来的智能人居生态体系,践行其“为人们创造更加美好生活”的使命。

“蜂鸟”AI芯片、全球首个大屏AIoT生态、中国第一台智能3D电视……经过这几年的努力,创维已在智能人居赛道上迈出了众多“第一步”,持续加快基于“智控屏+系统+内容”的智能化战略,夯实领先优势。

以“智控屏”为例,创维拥有30余年的行业经验,牢牢占据着OLED屏市场的宝座。在5G时代,创维更是以“5G+4K/8K”打通了超高清视频产业的全链条,为消费者带来前所未有的视听体验。

在屏幕“背后”,创维集大数据、AI机器学习、视觉分析、自然语言处理等新兴科技于一体,以独有的智能人居系统实现智能硬件和设备的互联互控,让用户得以和家居环境亲密“对话”。此外,创维酷开还提供优质丰富的娱乐生活内容,进一步完善消费者的体验。

构建完整产业生态 以合作引领行业变革

相比其他城市,极强的开放度与包容性赋予了深圳难以抑制的活力。这亦如创维打造其智能人居蓝图的思路。

首先,创维的长远目标是希望重塑包括家居、出行、办公、社区及城市等全人居场景,而不仅是单一的家居环境。

为此,创维一方面计划基于照明、娱乐等不同主线,研发更多形态的智控中心(产品),比如移动式、壁挂式与智能遥控器,不断丰富上述场景;另一方面,创维加快布局汽车电子系统、现代服务业等多元业务,从而实现自身业务的闭环与相互支撑,助力整体的智能人居目标。

而在“全场景”之外,创维还希望构建一个“大生态”,推动行业进化与协同,从而以更为完备、高效、贴心的服务惠及消费者。

目前,创维与房地产、家装、家居等领域的合作伙伴,包括越秀地产、保利国际生态、靓家居、香港皇朝家私、深圳左右家私、金紫荆装饰等知名企业,已达成了战略合作关系,多方推动智能人居控制技术与现代建筑技术在规划、设计、建造等各环节的融合,打通智能人居产业的前后端,从而加速实现智控中心(产品)的广泛应用。

提升智能智造水平 以匠心蓄力未来发展

作为“实业”担当,深圳向“实”却更具智慧。近年来,深圳持续推进产业的现代化与数字化升级,从“深圳制造”向“深圳智造”跃变。

创维为此亦提供了鲜活的范本。创维坚持务实创新,积极推进以信息化与自动化为主的智能制造,包括搭建以MES、ERP、PLM为核心的智能制造系统平台,构建数字化运营体系,并结合物联网、工业大数据、人工智能等新一代信息技术,精心打磨智能生产力,从而实现降本、提质、增效,护航其长远战略。

以深圳石岩基地为例。这一创维目前生产规模及智能制造发展规模最大的生产基地,在经过8年的升级改造后,MES系统车间覆盖率已达80%以上,生产工序自动化率达到35%以上,实现了240项机器人的作业,在产能翻番的前提下共计节省3750人(按稼动率80%折合节省3000人),每年产生效益约1.8亿元。

目前,创维还在加快其他基地的改造升级和新基地的建设,包括珠三角广州智能家电基地与长三角滁州智能家电制造基地。

安利创玩嘉年华『破浪』出圈 引领兴趣创业新模式

求新求变的直销社交电商安利这个夏天又有大动作。8月21日至23日,安利集结重磅专家学者、顶流明星、各界创客大咖,打造的首届“安利创玩嘉年华”破浪出圈,引爆兴趣创业新模式,打造社交电商新标杆。

安利创玩嘉年华狂欢三天,接力推出“2020经济复苏与大众创业论坛”“超A创客盛典”“优选直播间”“创玩Live Show”四大盛会,41个城市举办线下“创玩派对”,点亮十城地标, 成功“破壁”新一代年轻群体,吸引粉丝学干货、看直播,追爱豆、一键购货,“学、玩、购”一体,吸引超过6千万人参与,向受众传递一个可感可知的新安利。

敢创敢玩 安利创玩家引领兴趣创业

未来,只有兴趣和热爱是人工智能无法取代的。创客盛典上,安利推出了“创玩家计划”。

改革开放初期,通过允许从事个体经营,激活了强大的个体经济。数字经济大潮下,各种新业态新模式不断涌现,推动就业模式从传统的“公司+雇员”向“平台+个人”兴趣创业模式的转变。

决定创业选择的底层逻辑,是社会价值观的变迁。目前80后、90后已经成为主流的创业群体,相较于前几代创业者,他们原生家庭的经济条件显著改善,创业不再是为了生计拼搏,而是实现自我价值的手段。他们不仅注重创业成功、人生赢家这样的结果,更重视创业过程和体验,从自己的兴趣爱好出发,玩转生活,轻松创业。

安利(中国)总裁余放介绍,从2010年起,安利与德国慕尼黑工业大学合作发布《安利全球创业报告》,在全球范围内就创业环境及创业意愿等进行调研和分析,数据覆盖44个国家和地区的数万名受访者。2020年的报告中有一个核心洞察,即68%的受访者将“可以做自己热爱的事情”排在创业益处的前三名。

做自己感兴趣的事,是创业的动力源泉,能够激发创业者更大的热情和创造力,是对人的潜力的极大释放。共同的兴趣爱好,本身就是很好的社交货币,不仅可以帮创业者快速找到和锁定消费者,也可以迅速凝结起志同道合的创业团队。

著名咨询机构埃森哲研究发现,美食、健身、美容、养生、育儿是目前流量最大的兴趣圈。安利创业者们,围绕这些兴趣圈,发展出健康塑形俱乐部、魅力私享会、美妈会、美食轰趴、乐活养生等核心社群,以及夜跑团、烘焙趴、读书会、户外营、品酒会、汉服社等兴趣社群。他们用兴趣拓展和链接顾客,基于安利全线优质产品和自己的个性化优质服务,为消费者提供一站式营养健康解决方案。

在安利创业,兴趣就是事业,生活就是工作,朋友就是伙伴。这些新一代大众创业者,就是安利所提出的“创玩家”。而安利就是赋能创玩家,帮助他们把兴趣发展成事业的平台。

深耕私域广拓公域 打造社交电商新标杆

2020年,受疫情影响,直播带货异军突起。据商务部数据,上半年电商直播超1000万场,活跃主播数超40万。今年5月,安利(中国)总裁余放亲自下场带货,2小时销售额破亿元,安利自此跻身直播带货单场亿元俱乐部。

安利直播电商的迅速崛起靠的是运营私域流量,并能与自己的直销模式完美融合。安利创业者通过运营OMO生活方式社群,如美食、健身、美容、养生、育儿等,拓展并积累了庞大的忠实顾客群体,也就是安利的私域流量,他们只需要把意向客户带进直播间,就能在里面完成购物的全流程。

安利迅速把握这轮直播电商的风口,正是6年来推进数字化变革的厚积薄发。2014年,安利开始布局数字化、体验化、年轻化战略,线下体验实体接轨社群经济的落地,线上电商平台实现一站式下单,通过线下线上的充分融合,赋能营销人员依托兴趣社群创业,打造一个突破传统直销、以数字化和社交电商驱动的“新安利”。

余放介绍,安利是最早从事社交商务的企业之一,在互联网出现之前,安利营销人员就通过线下面对面的方式,与顾客建立起了真实的链接和信任。目前,安利搭建的社交电商创业平台,承担了研发、生产、品牌、物流等多种职能,向创业者提供产品品牌、社交电商和学习成长三大支持系统,创业者只承担销售、服务职能,让创业者风险最小化,收益最大化。

政策利好为创新创业开辟新空间

中国国际经济交流中心副理事长黄奇帆近日在“2020经济复苏与大众创业论坛”中表示,“近年党中央国务院出台了不少促进创新创业的好政策,推动经济向好的循环方向发展”。

7月中旬,国家发改委等十三部委联合发文《关于支持新业态模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》,明确鼓励发展“新个体经济”,支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业;大力发展微经济,打造兼职就业、副业创业等多种形式。

疫情期间,电商直播、远程医疗、线上教育等数字经济领域新业态迅速涌现,纾解就业压力,展现出巨大潜力。余放说,直销、微商、网店、直播带货、地摊经济这些大众创业形式,在经济复苏过程中,表现亮眼,促进了经济持续健康发展;伴随“新个体经济”创业者借助互联网力量的快速崛起,有理由相信,后疫情时代,将成为一个新大众创业蓬勃发展的时代。

培育农村电商品牌 安徽肥西县助力乡村振兴发展

本报讯(记者 **许永军 □ 吴晓波**)近年来,安徽肥西县围绕农村电商民生工程和电商扶贫工作,重点培育农村电商经营主体和品牌,全力推行农产品上行,为助力脱贫攻坚、推动县域农村电商纵深发展、实现乡村振兴提供了有力保障。

根据摸排,截至2019年底,全县有农业企业1300余家,其中市级以上龙头农业企业120家;家庭农场1358家,其中县级以上示范家庭农场175家;农民专业化合作社912家,其中市级以上示范合作社90家。引导企业开展“三品一标”认证,截至目前,全县共有“三品一标”产品86个,其中无公害产品55个、绿色食品21个、有机食品7个、地理标志产品3个。据统计,目前已开展线上业务的农村经营主体约占总数20%。

积极开展培育引导。依托县电子商务公共服务中心,提升公共服务水平,免费帮助重点涉农企业拓展线上业务、开展电商直播,扩大品牌宣传,助力销售。搭建了肥西县电子商务公共服务平台、淘宝网肥西特色馆等线上平台,遴选县内优质农业企业开展合作,帮助农特产品入驻平台,不断提升品牌的影响力和号召力。同时,拟出台农村电商发展若干政策,在农村电商经营主体做大做强、参与电商扶贫、模式建设、开展促销活动等方面给予政策扶持。

积极开展示范创建。围绕省级农村电商示范创建,积极培育网销额超1000万元农村电商企业和网销额超100万元的农村电商品牌,截至目前,已培育网销额超1000万元农村电商企业4家、网销额超100万元的农村电商品牌7个,涌现出一批像“王仁和”、“志诚蜂业”等知名农村电商企业和电商品牌。

通过主体培育和品牌培育,肥西县众多农村电商经营主体由小变大、由弱变强、由线下变线上。2019年,全县农产品网销额达5.2亿元。2020年1—7月份,全县农产品网销额已达4.43亿元,同比增长40%,肥西县农村电商实现了快速发展。

碧桂园上半年营收1849.6亿元 净利润219.3亿元领先行业

8月25日,碧桂园发布2020年中报。上半年,碧桂园共实现归属本公司股东权益的合同销售金额约2669.5亿元,归属本公司股东权益的合同销售面积约3185万平方米。在第三方机构(克而瑞)统计的2020年1—6月全口径销售额排行榜中,碧桂园上半年合同销售金额3723.1亿元,仍然稳居行业第一。数据显示,公司权益销售金额自3月起已连续5个月实现同比增长,其中7月份权益销售额542.8亿元,同比增长27.52%。

报告期内,碧桂园营业收入1849.6亿元,毛利约为448.9亿元,净利润219.3亿元,股东应占核心净利润约146.1亿元,多项指标继续保持行业前列。

今年以来,碧桂园持续对回款目标强考核,强化标准化、精细化的管理机制。2020年上半年,碧桂园的权益合同销售回款额约2509.3亿元,权益销售回款率达到94%的水平,已连续5年高于90%,在行业继续保持领先。

公司现金储备充足,营运资本充裕。截至2020年6月30日,集团可动用现金余额高达2055.2亿元,另有约3288.1亿元银行授信额度尚未使用。

碧桂园总债规模继续降低,融资成本再度下降,财务保持稳健。中报显示,截至2020年6月30日,有息负债总额下降至3420.4亿元,较去年底下降了7.5%。而碧桂园加权平均借贷成本仅为5.85%,相比去年底下降了49个基点,反映投资者对公司主体信用及偿债能力的信心。

此外,碧桂园的营销及市场推广成本和行政费用同比大降27.9%。这表明公司在提效降费方面取得显著成效,实现高质量的发展。同时,碧桂园集团董事会宣布派发中期股息每股人民币20.55分,派息占核心净利润总额的31%,连年保持丰厚派息,回馈股东。

智能守护 安全辅助 福田智能汽车走向“三高”发展路径

进入2020年后,中国智能汽车行业频频传来好消息。2月24日,发改委等科技部、工信部等11个部门联合印发《智能汽车创新发展战略》。《战略》明确指出到2025年,基本形成标准体系,同时智能驾驶可以达到L3/L4的级别。《战略》的发布意味着智能汽车成为新能源汽车之后第二个汽车行业的“国家战略”, 由此,智能汽车不但成为行业关注的焦点,也为深受新冠疫情影响的汽车行业带来了一线曙光。

自动驾驶市场有望提速

在面对庞大的自动驾驶市场,各企业都在纷纷发力自动驾驶汽车方面的布局,随着《智能汽车创新发展战略》等相关推荐性国家标准报批稿的发布,自动驾驶市场有望提速,进入发展快车道。

其实,中国汽车企业对于智能汽车的布局相对较早,无论是商用车车企还是乘用车车企,都在车联网、智能驾驶领域积累的丰富经验。而福田汽车作为中国品种最全、规模最大的商用车企业,同样在车联网、智能汽车等领域早有布局。

据了解,2016年福田汽车便率先发布商用车自动驾驶产品。2018年,重庆市自动驾驶道路测试启动仪式上,福田汽车获得了中国首个商用车自动驾驶牌照,成为国内唯一获得此牌照的商用车企业。

从推出自动驾驶产品,到封闭试验场所的模拟测验,再到驶入开放道路进行示范运营,福田汽车让自动驾驶布局越来越完善。面对未来自动驾驶,福田汽车将按照样车开发、示范运营、商业化运营三个大的阶段进行规划。

安全辅助,福田汽车智能化“高”在哪里?

2017年,福田汽车开启超级卡车2.0阶段,在这一阶段中,福田汽车从初步实现了物流装备的智能化应用过渡到智慧技术的落地化应用,根据规划,2020年,福田汽车不但将实现半封闭路况下和特定环境下的自动驾驶,还将驾驶辅助、主动安全等智能技术应用到全系列产品中。

目前,福田欧曼、福田欧航、福田欧马可三大品牌产品形成了高等级智能科技、高效率决策系统、高标准标定验证三大高标准、高要求的智能汽车发展路径。

其中,高等级智能科技由前向碰撞预警系统、车道偏离警示系统、司机状态监控系统、自动刹车系统等7大安全辅助驾驶技术组成,形成了高清影像+超声雷达双保险感知方案,能够实现雨天、光照复杂、夜晚等路况条件下的多元化场景应用模式。以福田欧曼EST-A(自动挡)为例,该车型搭载了车道偏离警示系统(LDW)、前向碰撞预警系统(FCW)、自动紧急制动系统(AEB)、驾驶员疲劳监测(DMS)等智能安全预警系统,在保证了行车安全的同时让驾驶轻松。

为了保证未来自动驾驶技术顺利商业化,福田汽车在智能汽车发展进程中便采用了高效率决策系统,这套系统拥有自适应深度学习机制、海量云端数据轨迹趋势预测、毫秒级算力决策反应,这为驾驶辅助系统以及未来自动驾驶技术迭代提供了软件支持以及数据支持,能够通过不断的学习,适应不同场景、不同驾驶员。

在标定验证中,福田汽车为了确保驾驶辅助系统以及自动驾驶系统能够满足不同路况、不同场景、不同地区的正常使用,在产品标定过程中进行了包括高原、高寒、高温、高湿、泥泞、砂石在内的6大极限工况测试,以及10万公里+200小时实际路测验证。

“三高”发展路径体现了福田汽车对于自动驾驶技术的敬畏和稳步发展的决心,在确保完善标定验证以及健全的决策系统后,推出符合现阶段用户需求的产品,不仅体现了传统汽车骨子里的责任心,也展示了商用车行业正确的自动驾驶汽车发展路径。

未来,福田汽车将基于目前在智能网联领域发展的基础,顺应新一轮的发展机遇,根据现有商用车特定场景需求,快速推动车联网、大数据、自动驾驶、辅助驾驶、智能座舱等智能化产品落地,以智能科技打造全球竞争力,进一步推动中国智能网联汽车创新发展前行。