

# 恒大“新战略”显成效:上半年销售额3488亿元



8月31日,中国恒大发布2020年度中期业绩,上半年实现销售额3488亿元,销售回款3120亿元,营业收入2666亿元,核心净利润193亿元,现金余额2046亿元,各项核心指标均位居行业前列。今年3月底,恒大提出全面实施“高增长、控规模、降负债”发展战略。

“高增长”就是要销售高速增长,今年要实现销售8000亿元;“控规模”就是严控土地储备规模,未来三年每年要降低3000万平方米左右;“降负债”就是有息负债每年平均下降1500亿元。从半年业绩可以看出,恒大新战略成效显著。

在“高增长”方面,今年2月恒大率先实施“网上销售”的颠覆性营销革命,打造线上与线下相结合的闭环模式,推动销售大幅增长。上半年,恒大实现销售额3488亿元,同比增长24%,销售回款3120亿元,同比大增67%,回款率89.4%,各项数据均创历史新高。

在“控规模”方面,恒大上半年严控拿地,土地储备下降至2.4亿平方米,仍可满足未来3—4年发展需要。

在“降负债”方面,得益于销售回款与土地储备的“一增一减”,与3月底启动新战略的时候相比,仅一个季度恒大有息负债便大幅下降400亿元。

据恒大总裁夏海钧介绍,下半年,恒大将坚定不移实施“高增长、控规模、降负债”战略,以最大决心、最大力度降负债:一要继续加大销售及销售回款,下半年力争回款3800亿元;二要严控土地储备规模,实现土储负增长;三要逐步分拆优质资产上市,旗下恒大物业已成功引入中信、农银、光大控股、红杉资本、云锋基金、腾讯、周大福等顶级战略投资者入股235亿港元,将进一步增加净资产,推动负债率进一步下降。

今年,恒大大刀阔斧实施战略转型,力度之大前所未有。在疫情冲击之下,恒大依然交出一份高质量的半年业绩,充分印证了新战略的前瞻性和正确性,一个更稳健的新恒大值得期待。



本报讯(记者 樊春勤)为强化西凤品牌高端形象,全面推进西凤市场快速布局和发展,8月27日,陕西西凤酒营销管理有限公司在西安香格里拉大酒店隆重举行陕西西凤事业部成立大会。

据总经理助理、陕西分公司总经理朱磊介绍,陕西西凤事业部为陕西西凤品牌销售执行机构,全面负责陕西西凤省内产品运营,目前第一批陕西西凤事业部42人已到岗,从人员的保障,一步实现对高端形象产品西凤的市场化、专业化运营,为切实推进西凤精细化运营奠定了基础。

陕西分公司副总经理伍晓东做了《西凤工作规划报告》。报告指出据产品的发展周期,将西凤的运作分为导入期、培育期、成长期、成熟期,制定了陕西省西凤的五年战略目标:今年将达成1个亿的销售体量,2022年达成3个亿,2025年达成10个亿的销售体量,占据陕西省高端白酒消费的半壁江山。依托西凤事业部将从“产品布局重构、市场布局建设、客户布局优化、渠道布局提升、团队布局赋能”五个方面来推动西凤品牌做大做强,进一步树立西凤品牌高端形象,全面推进西凤市场快速发展。

活动期间,陕西西凤酒股份有限公司副总经理、营销管理公司总经理周艳花与总经理助理、陕西分公司总经理朱磊,陕西分公司副总经理伍晓东共同签订了2020年西凤销售目标责任书。在朱总和伍总相继接过沉甸甸的“军令状”之后,一支朝气蓬勃、眼里写满渴望与坚毅的新生团队庄严宣誓,誓与西凤团队共担风雨,同享未来。

陕西西凤酒股份有限公司副总经理、营销管理公司总经理周艳花发表重要讲话。周总强调,西凤是企业确立三年目标当中的首要一环,它肩负着西凤品牌高端化、全国化战略和集团公司百亿目标战略的重要使命,是西凤酒回归一线名酒序列的核心力量。同时,周艳花对西凤团队将会面临的诸多机遇与挑战提出了要求:一要把握机会,树立团队意识,拿出必胜的决心和拼博的勇气,共同创造价值;二要不断加强学习,提升自己的专业能力;三要把握核心任务,不断拓展思路,创新工作。

西凤事业部的成立,标志着西凤产品营销上将更加正规化、专业化、系统化、标准化,具有里程碑式的重要意义,更代表着西凤酒坚决做好西凤产品市场布局的决心与信心,力将西凤打造成省内高端白酒的第一标志产品。

## 首个新兴显示技术分标委正式成立

许祖彦院士:激光显示是显示产业走向超高清时代的最佳技术路线

中国激光电视发展迎来了里程碑时刻。8月28日,全国平板显示器件标准化技术委员会激光显示器件分技术委员会(以下简称“分标委”)成立大会在青岛召开,这是为激光显示这种新兴显示技术设立的首个分技术委员会。工信部、国标委、中国电子技术标准化研究院、山东省市场监管局、青岛市场监管局相关负责人,全国激光显示企业代表及激光显示行业专家出席了大会。



本次大会重点研讨了激光显示的光学性能、显示屏图像质量、彩色散斑的光学测试方法等三项激光显示器件标准。

“目前中国已有60项新型显示领域的国家和行业标准正式批准发布,40项正在制定过程中,这些基础性重要标准的发布和实施,对规范市场秩序、促进产业升级发挥了重要作用。”国家标准委标准技术管理司副司长国焕新在致辞中说。

海信作为激光显示分标委的秘书长单位,从2017年开始就积极推动激光显示分标委的组建工作,至今已牵头起草了两项激光显示国家标准报批稿。

2007年,海信在没有国家标准、国际标准,更没有现成参照物的情况下,就开启激光电视的研发之旅。经过长达7年只有投入没有产出的研发,海信于2014年推出了全球首台100英寸激光电视,此后六年完成5次产品迭代,形成了从75英寸到120英寸的全规格大屏产品布局,并在激光光源技术、光学引擎、整机制造等方面掌握了关键技术,从而实现了从部件到整机全部自主生产。

通过十几年的摸索,海信深深体会到“标准”对一个新兴产业的重要作用,激光电视产业要做大做强必须要有标准来保驾护航。

海信刘卫东博士从2014年开始承担IEC TC110 WG10激光显示标准工作组的召集人,是目前TC110唯一的一位中国籍召集人;2018年,中国电子视像行业协会成立激光电视产业分会,海信成为分会会长单位。截止2020年7月,海信已经累计申请激光电视相关技术专利1159项。

当前,以激光电视为代表的新兴显示技术经过近几年的快速发展,已经得到了广泛的市场认可。2014年—2019年,激光电视的复合增长率达到了281%。今年上半年,虽然有疫情的不利影响,海信激光电视销量逆势增长了33.60%,在整体激光电视市场中占比达到88.36%。

“激光电视现阶段4K分辨率快速普及,超高清8K分辨率激光显示技术正在研发,预计2020年完成技术储备。”激光显示分标委秘书长海信刘卫东博士说。

## 2020经济复苏与大众创业论坛开讲

兴趣创业时代登场

8月21日,由人民网消费频道和人民网健康主办、安利(中国)日用品有限公司支持的“2020经济复苏与大众创业论坛”举行,以直播方式与广大网友互动,中国国际经济交流中心副理事长黄奇帆、中国营养保健食品协会会长边振甲、国务院参事室特约研究员姚景源、人民网副总编辑孙海峰、安利(中国)总裁余放,以及多位创业者出席论坛,围绕疫情对中国经济的影响、未来经济复苏的路径和大众创业的趋势进行了深入探讨。



与会嘉宾认为,我国经济正在稳步复苏,政策环境为创新创业开辟新空间,大健康产业需求井喷,新个体经济蓬勃发展,兴趣创业成为大众创业新模式。

政策利好为创新创业开辟新空间

受疫情影响和经济下行等因素叠加影响,我国就业形势复杂严峻。黄奇帆表示,“近年党中央国务院出台了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《关于支持新业态新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、副业创业等多种形态。8月7日,在国务院政策例行吹风会上,人社部、发改委、民政部、农业农村部等部门,也共同就拓宽灵活就业渠道、优化自主创业环境等方面作出部署。

疫情期间,电商直播、远程医疗、在线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。姚景源介绍,我国现有近800万网约车司机,455万快递员,这样的新业态充满了生命力。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,在这轮经济复苏过程中,表现亮眼,促进了经济持续健康发展”。据商务部数据,今年上半年,电商直播超1000万场,活跃主播数超40万。

人民网副总编辑孙海峰指出,政策和利好为大众创业提供了更多的选择,也促进了经济复苏。

大健康产业助推经济复苏与大众创业

此次全民抗疫的过程,消费者健康意识不断提升,对健康产品的需求被迅速放大,大健康产业迎来黄金发展期。自

2016年《健康中国2030规划纲要》发布,“健康中国”成为国家战略,2019年我国大健康产业规模达到8.78万亿元,2020年产业规模将突破10万亿元。边振甲指出,“大健康产业的发展将有力促进疫情后经济复苏,世界卫生组织曾预测,2020年后,大健康产业很有可能成为世界第一大产业。”

黄奇帆表示,与世界发达国家相比,我国健康产业规模仍然较小,占GDP的比例不足5%,健康需求正由“温饱型”向“小康型”加速转变。余放介绍,上半年虽受疫情影响,安利的产品上市速度仍然达到了去年同期的2.5倍,需求井喷,就是创业风口,大健康产业已成为疫情之后大众创业的重要赛道,因为它最大的特点就是“人人需要,人人可为”。

兴趣创业成为大众创业的新模式

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,为劳动者提供了低门槛、多元化的创业机会。网友们说,“是时候,给自己发个offer了”。

对于新一代的创业者而言,创业更具个人色彩,更多成为自我实现、享受成长的过程。兴趣是创业最好的动力,也是个人成长最好的老师,它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。余放表示:“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,也可以迅速凝结志同道合的创业团队”。

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与创业意愿等进行调研和分析,数据覆盖44个国家和地区,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,另外两项为“做自己的老板”以及“赚取额外收入”。

## 24年品牌向上 福田速度领跑中国

8月28日,福田汽车党委书记、总经理刘月琼携管理团队及福田员工共同见证五星红旗与公司司旗冉冉升起。与此同时,福田汽车在全国各地的分公司也在同一时间举行了升旗仪式,共同庆祝福田汽车24岁生日。

24年间,福田汽车累计产销汽车946万辆,连续多年居中国商用车销量第一;海外出口62.8万辆,连续9年位居中国商用车出口第一;2020年,福田汽车品牌价值达到1685.92亿元,连续16年位居商用车行业第一……各项成绩令人瞩目。

2020年,是福田汽车“三年行动计划”的收官之年。突如其来的疫情让福田汽车面临业绩大考。但福田汽车扛住压力,以“青春加速度”,不断“向上”,成功实现逆势增长。1-7月,福田汽车销量达382438辆,同比增长26.1%,全面实现时间过半,销量任务过半。在市场严峻的背景下,福田汽车逆势增长,位居中国商用车第一,成为中国智造领域一抹耀眼的亮色,为市场提供了参考样板。

是何支撑并推动福田汽车持续问鼎行业?在这背后,既有福田汽车数十年如一的砥砺前行,也有福田汽车坚持以高质量发展为主基调的品牌向上的战略部署。一言以蔽之,福田汽车24年品牌向上,是科技、产品、质量提供全方位“加速度”。

科技加速度:福田科技基因,打造用户价值驱动力

科学技术是第一生产力,创新是引领发展的第一动力。只有不断创新,科技才能取得长足的发展。从荣获“年度科技创新企业”奖,到共建“智能化协同制造技术及应用国家工程实验室”资格,福田汽车推进科技价值不断向上,取得了在智能科技、互联科技、绿色科技的重要突破,成为福田汽车再创新高的重要驱动力。

围绕“智能化、新能源化、网联化、轻量化”创新理念,福田汽车开启“科技加速度”,不仅参与国家强制性标准制定29项,授权专利达7900件,并创新性的提出“四化一链”,在场景营销、国六产品推广方面重点发力,强化福田科技基因,打造用户价值驱动力。

智能化方面,2018年福田汽车即获得国内首张商用车自动驾驶牌照;2019年4月,福田汽车与华为签署战略合作协议,抢占5G时代商用车开发快车道;2019年5月,福田汽车智能网联卡车亮相国内首次列队跟驰公开验证试验。按照技术、产业发展趋势,结合潜在场景需求,形成重卡、轻卡、VAN、客车全系商用车自动驾驶布局。

在轻量化方面,作为中国商用车轻量化专家,福田汽车从新材料、新结构、新工艺入手,创新应用航空级别材料和仿生学设计理念,有效提升产品性能,降本效果显著,链合行业、北汽集团及高校资源,打造福田商用车轻量化技术联盟,共同推动商用车轻量化技术开发应用。

在网联化方面,福田智科车联网作为中国最大的商用车车联网平台,目前有113万用户,是国内第一个商用车操作系统,也是商用车唯一双通道车载终端。

产品加速度:场景化产品推动高质量发展

产品是企业发展的根本。可以说,福田汽车的产品“加速度”为福田汽车持续屹立商用车行业之巅峰源源不断的内生动能。

一方面,福田汽车立足源头构建产品竞争优势,在产品之初便锚定用户痛点,引进基于“场景+区域+工况”的



产品开发和验证体系,制定完善的产品价值解决方案,旗下产品各有侧重:搭载福田康明斯发动机+采埃孚自动变速箱这一超级动力链的福田欧曼自动挡重卡,以高效创值为使用者创造价值;福田欧航超级中卡R系列产品,实现对中长途城际运输、城市运输等运输场景的覆盖;奥铃大黄蜂借助32项降重技术,一举跃升同级最轻中卡;货箱、底盘、续航优化的福田祥菱,致力成为最后一公里运输的致富利器。

另一方面,福田汽车深度布局新能源产品。2019年底,福田汽车发布智慧新能源2025战略,提出商业化驱动商用车的新能源化,从“政策驱动”转向“科技和价值驱动”为福田汽车的新能源产品发展指明了方向。此后,福田智慧新能源依托三纵三横技术布局,高度聚焦新能源产品使用场景,深度洞察新能源客户需求和痛点,打造专业、定制化产品,积极布局从置换开始的新能源一体化解决方案。目前,福田智慧新能源产品已经完成城市物流、末端配送、城市建设、市政环卫、机场、港口、港口新能源商用车应用布局,并对不同场景推出了符合用户需求的新能源车型产品。同时,福田汽车还联合上下游关联企业,如与公铁绿链共同摸索出3套绿色运输模式:铁路干线+新能源重卡接驳、铁路干线+专用

线运输、新能源重卡运输,实现了国内首例大宗物资在市内通过“铁路干线+新能源重卡接驳”的全过程零排放绿色运输。

质量加速度:精益过程运营推动福田汽车产品质量持续提升

福田汽车表示,24年发展历程,始终坚持提供给用户性价比最高和超出客户期望的产品。“始于客户需求,精益过程运营,打造卓越品质,超越客户期望”是福田汽车的质量价值观。一方面,福田汽车通过导入卓越绩效、六西格玛等管理手段串起全价值链体系,并不断地融入适合商用车行业的先进的管理方法和手段持续优化,精益运营,保证了质量控制从产品概念、研发到制造落地全过程。另一方面,福田汽车以对全球顶尖品质品牌,先后召开了2019年质量誓师大会,2020年质量大会,狠抓质量落地实施。

同时,福田汽车还建立了完善的质量信息管理系统,打造产品全生命周期质量信息管理中心,持续提升质量信息管理平台数据质量、系统分析能力,提高质量管理效率,最终实现质量信息全面覆盖与透明化、质量问题100%可精准追溯、质量问题改进过程全面监控与评价。

2019年10月1日,在庆祝中华人民共和国成立70周年之际,福田汽车为庆典活动提供2486辆彩车,并零故障、零失误圆满完成国家级保障服务任务,彰显了福田汽车产品的“国典品质”。这背后,正是福田汽车“质量加速度”的核心理念。

据了解,24年发展,福田速度领跑全国,年轻的福田汽车,正在逐步构建下动力系列、传动系统、智能网联、后市场服务商用车生态圈,进一步提升核心竞争力,实现企业高质量发展,用优异的产品和服务践行着成就客户价值、创建奋斗者家园的使命。