

由「黑」到「白」

山西怀仁走出转型新路



“在中国，每三件日用瓷中，就有一件出自怀仁。”每年，有18亿件瓷器从这里的生产线上、从修坯师傅的刀下、从贴花女工的手中生产出来，销往全世界。2019年，“煤炭大县”山西怀仁被中国轻工业联合会、中国陶瓷工业协会授予“中国北方日用瓷都”称号。

11月18日，记者在怀仁市鸿达瓷业有限公司生产车间和展厅，一睹怀仁市转型发展的“硬核”产业“冰山一角”。

“公司建设有隧道窑3条，烤花窑1条，全部采用节能环保的天然气烧成。”怀仁市鸿达瓷业有限公司销售经理张财介绍说，产品以各种造型的日用高档瓷为主，年产能可达八千万件。

鸿达瓷业是怀仁陶瓷产业的一个缩影，它所在的金沙滩高档陶瓷园，是怀仁经济技术开发区按照“一区两园”规划，以原金沙滩陶瓷工业园为基础，进一步整合园区周边产业所设立的工业园区。按照产业布局，园区分为4个片区，现入驻各类企业62家，2019年园区实现产值78亿元，2020年1—7月实现产值54亿元，陶瓷已然成为怀仁的重要支柱产业。

目前，怀仁市拥有陶瓷企业108家，生产线141条，日用瓷生产能力35亿件，辐射带动7个乡镇80多个村，全市陶瓷产业从业人员达到4.5万人，全市有超过十分之一的人口在从事陶瓷生产。

来自北辛村的赵丽霞已经在鸿达工作一年，38岁的她对这份工作十分满意：“在这里，我一个月能挣4000多元，离家不远，每天骑电动车上下班，挺好。”

陶瓷人才的培养和技术研发能力是持续发展的核心。为解决人才问题，怀仁市开办了山西省怀仁陶瓷职业技术学院，并于今年11月8日迎来了2020年秋季学期首批新生。记者了解到，该学院项目总投资7.74亿元，为三年制大专院校，设陶瓷材料分析与应用系、陶瓷艺术设计系、数字设计系等六个系，以及实训和研发“两个中心”，办学规模为在校生5000人。

立足深厚产业基础，加大人才培养与技术创新力度，再辅以“瓷+互联网、瓷+文化、瓷+旅游”的有机组合，昔日“行内知名，行外无名”的怀仁瓷器，开始渐渐打出名声，搭上中欧、中亚班列，走进“一带一路”沿线国家。在陶瓷业的繁荣发展下，曾经的煤炭大县经济正由“黑”变“白”，在高质量转型发展的探索中，走出了一条独属于怀仁的独特新路。

(中报)

TCL电子前三季度营收同比增长22%

电视机销量稳居全球前三

互联网业务第三季度收入同比增长62.1%

2020年11月17日，TCL电子控股有限公司发布2020年第三季度业绩报告。

在上半年业绩实现逆势增长的基础上，该公司2020年第三季度的全球智能电视与互联网业务再创佳绩，实现营业收入146.8亿港元，同比增长76.6%，环比增长43.9%；毛利达28.2亿港元，同比增长55.7%，环比增长32.1%；费用率同比下降2.2个百分点至16.2%；扣非后归母净利润3.6亿港元。

2020年前三季度，该公司实现营业收入318.3亿港元，同比增长22%；公司毛利达63.5亿港元，同比增长21.9%；费用率同比下降0.4个百分点至15.8%；扣非后归母净利润达8.1亿港元，同比增长56.6%。

该公司互联网业务持续稳步增长，第三季度收入同比增长62.1%至2.6亿港元。前三季度实现收入翻倍增长，同比增长100.4%至7.8亿港元；经营利润同比增长169.7%达3.3亿港元。

智能电视和互联网业务 齐头并进多点开花

随着第三季度全球经济复苏，TCL电子坚持以用户为中心的理念，通过全球化战略布局的不断深化，TCL电子品牌影响力持续提升，

品牌电视机业务进一步获得了全球消费者的认可。2020年第三季度TCL品牌电视机销量达724万台，同比增长49.7%，环比增长24.7%；根据群智咨询的最新报告，2020年第三季度TCL品牌电视机销量市占率由去年同期的8.6%，同比提升2.7个百分点至11.3%，排名稳居全球前三。前三季度累计销量达1,732万台，同比增长14.4%。

得益于公司品牌力、产品力以及全球供应链优势，TCL品牌电视机在全球多个国家的市占率稳步提升。据GK最新报告显示，2020年前三季度，公司海外销量市场份额同比提升1.0个百分点，电视机销量在19个重点国家排名前五，在海外超15个重点国家市场份额排名同比提升。同时，公司持续在全球范围内引领智能电视大屏化、高科技化及互联网化的趋势。2020年第三季度，TCL的整体电视机平均销售尺吋由去年同期的45.0吋提升0.5吋至45.5吋；65吋及以上超大屏电视销售量同比增长62.3%；4K电视机销售量占比由去年同期的50.7%提升4.1个百分点至54.8%，智能电视销售量占比由去年同期的81.1%提升10.3个百分点至91.4%；海外市场的量子点电视销售量占比同比提升4.5个百分点至4.8%。2020年前三季度，TCL品牌电视机业务在复杂多变的国际环境下依然实现了逆势增长，海外市场销量同比增长26.8%至1,283万台；其中北美市场同比增长24.8%，新兴市场同比增长15.5%，欧洲市场同比增长96.3%。收入同比增长19.7%达188.1亿港元；毛利达32.6亿港元，同比增长34.6%；毛利率同比提升1.9个百分点至17.3%。第三季度海外市场销量表现大放异彩，同比增长81.3%

至552万台；收入达84.8亿港元，同比增长71.5%；通过产品及渠道结构的优化，毛利率为17.3%，同比上升1.3个百分点；经营利润率同比提升1.6个百分点。

中国市场方面，TCL电子依旧表现亮眼。根据中怡康全渠道数据，在第三季度中国电视机销量同比下滑8.9%的市场环境下，TCL品牌电视机国内市占率逆势提升至13.6%，排名上升至第三名。为顺应疫情之下消费转变新趋势，公司加大线上渠道的销售力度，开展直播带货等新营销模式，着力提升线上渠道占比，前三季度整体销量449万台，其中线上销量同比增长9.9%至212万台，占比同比增加8.9个百分点至47.3%；收入为77.8亿港元。第三季度电视机销量环比增长7.2%至172万台；收入同比增长20.9%至34.4亿港元，环比增长38.5%。

公司互联网业务取得稳步增长，第三季度收入同比增幅为62.1%至2.6亿港元；前三季度实现收入翻倍增长，同比增幅100.4%至7.8亿港元。

通过与Roku、Google和Netflix等互联网巨头展开合作，TCL电子不断拓展全球家庭互联网业务，海外互联网业务第三季度收入达到8,144万港元，同比增长32.3%。前三季度收入累计达2.1亿港元，同比增长30.3%；经营利润同比提升166.0%至1.6亿港元。不仅如此，2021年TCL电子计划与Roku共同拓展英国与巴西市场，进一步开拓海外市场。另外，TCL电子在海外积极推广内容聚合应用TCL Channel，截至2020年第三季度累计覆盖12个国家。未来TCL Channel将在美国TCL品牌的Roku TV和Google TV上线，进一步

推广互联网增值服务。

在国内市场，公司旗下雷鸟网络科技产品竞争力不断提高，使得TCL电子的互联网业务用户粘性和会员渗透率获得持续提升。第三季度国内互联网业务收入同比增长80.9%至1.8亿港元。前三季度国内互联网业务累计收入达5.7亿港元，同比大增148.4%；经营利润同比提升173.1%至1.8亿港元；ARPU达到33.8港元，同比增长36.5%。截至2020年9月底，随着国内IoT智能电视设备的持续接入，雷鸟平台月均活跃用户数同比增长21.3%至1,740万，用户日平均开机时长达5.84小时，同比增加9.6%。

2020年9月，TCL通讯首次并表。其中，手机和服务业务9月收入达9.0亿港元，同比增长8.0%；其中TCL品牌智能手机收入同比增幅高达215.5%。其他消费电子产品亦有不俗表现，其中智能平板业务收入达1.5亿港元，同比增长25.4%；路由器及其他智能连接产品收入达1.2亿港元，同比增长115.5%。同时海外市场优势逐渐凸显，截至2020年第三季度，手机销量在美国市场排名第5位、澳大利亚及欧洲市场排名第6位，在拉丁美洲市场排名第7位。智能平板销量在美国市场排名第4位，在欧洲市场排名第5位，在拉丁美洲市场排名第7位。今年10月，TCL 10 5G UW手机正式于美国最大运营商Verizon发售。

持续加码科研投入
坚定推进AI x IoT核心战略发展

为持续推进公司以智慧显示为核心、以5G及AI x IoT为技术驱动的核心战略发展，TCL电子加大研发

运用“互联网+”技术 助力养老服务升级 北京西红门镇养老照料中心揭牌



11月17日，北京市大兴区西红门镇养老照料中心举行了揭牌仪式。大兴区西红门镇政府领导与鸿坤集团高层代表出席此次揭牌仪式并作主旨发言。照料中心正式营业后，将为地区居民展开全新的养老图景，通过引入“鸿坤清檬养老”运营管理模式，为城市家庭生活提供全面的健康和养老解决方案，让老年人在家门口即能享受高质量的养老服务。

11月17日上午11时，北京市大兴区西红门镇养老照料中心揭牌仪式正式开始，大兴区西红门镇政府党委副书记、镇长高志纯，大兴区西红门镇政府民政科科长宋九文，鸿坤产业执行董事、总裁王玉然，鸿坤资本副总裁苏宏金，鸿坤文旅副总裁张辉，鸿坤地产北京公司北京项目部负责人郭冬海等代表共同出席了此次揭牌仪式。

大兴区西红门镇养老照料中心是在大兴区民政局正式备案、由北京爱恩济养老投资有限公司(鸿坤集团

旗下养老板块)运营管理的一家“智慧医养”养老机构，该机构将通过引入成熟完善的服务运营管理服务体系，运用“互联网+”技术，助力于实现西红门镇地区的养老服务升级。

揭牌仪式上，大兴区西红门镇政府党委副书记、镇长高志纯表示：老年人的养老问题是社会关注的重点问题，西红门镇从构建和谐社会的高度出发，把加快养老服务建设作为一项重要的民生工程，坚持科学规划、加大投入、重点推进，为老年人提供生活照料、医疗保健、文化娱乐、精神慰藉等全方位服务，不断完善服务标准、规范管理流程，提供科学化管理、专业化服务，真正把照料中心办成尊老、敬老、助老、护老的生活乐园。

鸿坤产业执行董事、总裁王玉然代表建设及运营方发言，他表示：鸿坤能够参与这个项目的建设和运营，我们深感责任重大，同时也倍感荣幸。西红门镇养老照料中心作为医养结合的养老机构，自建立以来一直

备受大兴区民政局、西红门镇党委镇政府的高度重视，并给予了大力支持。照料中心正式营业后，将为地区居民展开全新的养老图景，通过引入“鸿坤清檬养老”，为城市家庭生活提供全面的健康和养老解决方案，让老年人在家门口即能享受高质量的养老服务。

据了解，西红门镇养老照料中心位于北京市大兴区西红门镇欣清北巷18号院，占地6259.79平方米，总建筑面积7798.36平方米，共计150个床位，拥有独立的颐养花园。项目周边区域发展成熟，医疗资源丰富，紧邻大兴区西红门医院、北京同安骨科医院及北京南郊肿瘤医院等多个医

保定点医院，地处南四环之间，地理位置优越，交通便利，通达全城，环境清新舒适，配套设施齐全。

鸿坤集团表示，作为创新型城市运营商，秉持“善建价值，善见未来”的品牌理念，在完善城市配套和生活服务配套的同时，积极为公益生态贡献力量，为人们构建友好、分享、友爱的城市精神和共同家园，力求以焕新的医养生态，提升城市家庭的幸福生活指数。

未来，鸿坤集团还将坚持以人为本，持续深化服务价值、完善服务内容，积极布局智慧医养健康产业，不断实现“让人们住的开心，让城市充满活力”的企业使命。

社区家庭式托管

社区家庭式托管基于中国传统“家”文化观念，在社区内建设家庭式养老服务驿站，为社区内及周边1—3公里的老年人提供生活照料、生活化康复护理、营养指导及个性化配餐、健康数据分析与管理等系列服务，使老年人不离开熟悉的生平半径幸福养老。

机构养老

机构养老以智慧养老为核心优势，针对公建民营、民建民营、医养结合等项目进行专业化体系搭建与运营；充分结合老年人渴望独立、融入社会和家庭的心理特点，探索“是家非家、是家即家”的开放式管理模式，打造社区、机构一体化的“长者之家”，解决家庭、社会、政府等面临的养老痛点与难点。

社区家庭式托管

鸿坤清檬养老服务

得更有存在感、尊严感、价值感和幸福感。

智慧养老是鸿坤清檬的核心优势，拥有可持续进化的标准体系、照护体系、护理团队培养体系以及大数据信息综合平台。通过自主研发的老年人智慧画像体系，采用2000余项数据指标对老年人进行全方位的评估，并根据评估报告为老年人定制个性化的照护方案，实现服务更精准、更精细；通过养老大数据平台，实现照护服务的监测、健康管理、风险控制等，让老年人享受高质量的服务，也让家属更安心、更放心。

导入“1+N+T”养老服务体系，提供个性化护理服务

“1”：1名通过权威认证的养老照护师，在老人家中提供标准化、专业化的护理服务；

“N”：由多名专业成员组成的后台支撑团队，即家庭医生、康复师、营养师、管家、护理专家、养老规划师等组成的团队提供评估、方案定制、护理指导、数据分析等后台支撑；

“T”：以科技作为云端支撑，即以智慧照护云平台，提供健康管理、远程指导、风险预测等大数据科技支撑。

智能电视和互联网业务 齐头并进多点开花

度，持续优化产品结构和渠道，在第三季度延续了上半年的业绩增长态势，智能电视业务和互联网业务等主业均取得进一步突破。

通过全球化战略布局的不断深化，TCL电子品牌影响力持续提升，

智能电视和互联网业务 齐头并进多点开花

随着第三季度全球经济复苏，TCL电子坚持以用户为中心的理念，通过全球化战略布局的不断深化，TCL电子品牌影响力持续提升，