

字节跳动发布2020年企业社会责任报告： 资助3735名抗疫医护 带动25万贫困人口增收

2021年3月25日,北京字节跳动发布了2020年企业社会责任报告(下称“报告”)。报告呈现了该公司过去一年践行社会责任的行动与思考,其中,抗疫、扶贫和带动就业是其工作重点。

去年,疫情打乱了正常的生活秩序,也让各行各业经历考验。但互联网平台突破空间阻隔,成为抗击疫情、恢复社会活力的重要力量。

2020年1月25日,北京字节跳动向中国红十字基金会捐赠2亿元,发起设立“医务人道救助基金”。公开报道显示,该公司此后多次追加投入,还接受了一些企业和个人的自发达定向捐赠。截至2020年底,该基金总

额已达4.46亿元,是目前中国规模最大的医务工作者人道救助基金。报告显示,这项基金已累计资助3735名一线抗疫医护人员。

疫情缓解后,该公司依托技术、产品和平台,帮助社会复工复产复学。今日头条、抖音、西瓜视频联合发起“战疫助农”活动。截至2020年7月31日,该活动已帮助销售农产品价值5.33亿元。飞书宣布向公众免费开放,帮助近4万家企业实现远程办公。巨量引擎推出“中小企业复苏扶持计划”,采取企业号免费认证、广告赠款、流量扶持等措施,全年补贴金额超5亿元,助力100万企业主复产。

同期,北京字节跳动将继续将信息分发优势和新型电商资源投入到扶贫中。截至2020年11月,该公司累计帮助超25万名建档立卡贫困人口增收。其中,该公司旗下各平台上,贫困县生产的图文、视频内容累计曝光量达4661.91亿次;在过去一年累计帮助国家级贫困县销售商品总

额达到19.99亿元。

该报告还表示,北京字节跳动注重以创新承担、实践社会责任。报告中说,疫情期间,今日头条紧急上线“抗击肺炎”频道,为大众提供疫情信息和防治知识。截至2020年12月,该频道累计服务4.1亿人次;“头条寻人”全年帮助2764名走失者回家。项目5年累计助力15346个家庭团聚;旗下各平台积极为社会创造灵活就业机会,2019年8月至2020年8月,仅抖音带动直接及间接就业机会已达3617万个。此外,在数据中心选址、设计和施工中,北京字节跳动优先考虑环保因素。2020年,该公司数据中心已将电源使用效率(Power Usage Effectiveness,简称:PUE)降至1.14,超过行业平均水平。



出,北京字节跳动的公益理念是,“看重实质结果、持之以恒;追求可持续和规模化”。

2020年,该公司提出每一个业务都要有CSR目标和规划,并组建了企业社会责任部,统筹全公司公益工作。同时,该公司注册成立了北京字节跳动公益基金会,以此希望联动社会机构,承担更多责任。张利东称,北京字节跳动将继续利用平台优势,广泛听取各方意见,让每一个业务发展都能实现用户体验、商业价值、社会责任三方面目标的统一。他说,“长期坚持做正确的事,把它做穿做透。”



本报讯(记者 许永军 □解正银 卞金燕)为进一步增强社会治安综合治理能力,安徽省肥西县民政局结合工作职责,认真安排部署,精心组织实施,多措并举抓好禁毒工作。

提高政治站位,开展禁毒工作。一是在组织保障上,成立了由局长任组长,班子成员任副组长,机关各科室和局属单位负责人为成员的禁毒工作领导小组,局政治处作为禁毒工作办事机构负责日常工作,确保领导到位、组织到位、人员到位。二是在机制保障上,禁毒工作实行“一把手”负责制,纳入社会治安综合治理进行

考核。局党组坚持每年召开1-2次禁毒工作会议,总结经验,分析形势,部署工作,始终掌握斗争主动权。

广泛宣传发动,巩固群众基础。一是组织全局干部职工认真学习县禁毒委下发的有关禁毒工作文件,从思想上提高认识,自学参与到禁毒工作中来。二是根据安徽省民政厅和肥西县禁毒委的安排,在全县村(社区)开展《禁毒法》宣传活动,全县民政系统充分利用电子屏、悬挂横幅,

发放宣传材料,进一步扩大了禁毒工作的影响。三是干部职工认真学习有关政策法规,采取做笔记、谈体会的形式深刻领会禁毒工作的重要意义,向群众宣传毒品的危害和禁毒的重要性。

强化履职尽责,落实民政职能。一是认真做好社会救助工作,发挥城乡救助体系在禁毒工作中的作用。在开展社会救助中,积极加强与公安等部门协调,配合相关家庭帮助吸毒

人员戒毒,凡戒毒人员在戒毒期间或戒毒家庭生活有困难的,经调查核实,符合该县城乡居民最低生活保障条件的,按政策规定将其家庭纳入最低生活保障范围,并按月足额发放最低生活保障金,解决他们的生活困难。二是认真做好流浪乞讨人员及流浪乞讨未成年人禁毒工作。加强对闲散未成年人的教育和管理,加大对未成年人的禁毒宣传教育,推动青少年管理信息系统的广泛运用。

安徽省肥西县民政局多措并举做好禁毒工作

TCL电子控股有限公司2021年3月25日发布截至2020年12月31日的年度业绩(全文数据均不含电视机代工业务)。

2020年,虽然受到新冠疫情影响全球经济承压严重,但TCL电子的全球智能TV销售与互联网业务再次创造了历史最佳,收入和利润再次实现高速增长。公司2020年全年实现营业收入509.5亿港元,同比增长40.2%;毛利达96.6亿港元,同比增长29.8%,毛利率达19.0%;得益于积极优化渠道结构及加强降本增效,费用率同比下降1.2个百分点至15.5%。

公司全年来自持续经营业务的归母净利润达18.5亿港元;来自持续经营业务的扣非后归母净利润达10.5亿港元,同比增长25.1%;来自持续经营业务的每股基本盈利为79.25港仙,扣除一次性非经营性项目后每股基本盈利为44.92港仙。董事会建议宣派末期股息每股11.50港仙,全年每股股息21.20港仙,全年扣非后派息率达45%。

屏屏及互联网业务实现高质稳健发展 完善多元化业务生态布局

2020年,TCL电子围绕“智慧显示”核心,秉持技术领先、产品创新的理念,年内持续推出领先的智能化产品和服务,市场份额与核心竞争力稳步增长,实现了业绩的逆势突破。

TCL LCD TV销售量稳居全球前二
高端产品占比显著提升

2020年,TCL电子凭借全球产能布局及产业链优势,全年TCL TV销售量保持强劲增长,超额完成全年目标。TCL TV全球销售量为2393万

台,同比增长15.9%。根据Omdia的最新报告,2020年TCL TV全球销售量市场份额同比提升1.5个百分点至10.7%,排名稳居全球前三。2020年TCL TV在LCD TV市场的销售量市场份额同比1.6个百分点提升至10.9%,排名跃升至全球前二。

根据GfK和NPD最新报告,2020年TCL TV销售量在全球19个国家和地区位列前五。根据中怡康全渠道数据显示,2020年TCL TV中国销售量市场份额达13.7%,排名第三;销售额市场份额达13.5%,排名跃升至第二。

TCL作为行业的领先者,持续引领全球范围内智能TV大屏化、高科技化及互联网化的趋势变革。TCL TV的整体平均销售尺寸由2019年的44.8英寸提升0.8英寸至2020年的45.6英寸;65英寸以上的TCL TV销售量占比由2019年的10.0%提升1个百分点至2021年的11.0%。

通过全球领先的品牌和产品力,公司在海外各区域市场销售均保持强势增长。其中,北美市场同比增长25.4%,新兴市场同比增长19.4%,欧洲市场同比增长66.0%。2020年海外市场TCL TV销售收入达267.6亿港元,同比增长27.4%;毛利达43.6亿港元,同比增长34.0%;毛利率达16.3%,同比提升0.8个百分点。

中国市场方面,TCL电子保持稳健发展,2020年TCL TV业务收入达128.6亿港元,业务毛利达27.3亿港

元。根据中怡康全渠道数据,2020年,在国内TV行业整体销售量同比下降9.7%的情况下,TCL TV销售量市场份额逆市增长,同比提升3.0个百分点至13.7%,排名第三;销售额市场份额同比提升2.5个百分点至13.5%,排名跃升至第二。此外,疫情期间,公司积极抓住消费转变趋势,加大在线渠道的布局力度,并通过开展直播带货,不断扩大在线渠道销售规模,2020年TCL TV在在线渠道销售量占比同比提升5.4个百分点至48.4%。

互联网业务覆盖面和影响力扩大
收入同比大增97.0%达12.3亿港元

TCL电子持续在全球范围布局家庭互联网业务,为用户提供多屏实时互动、全场景智慧感知的产品与服务。2020年公司的全球互联网业务收入达12.3亿港元,同比大幅提升97.0%。

海外市场方面,2020年公司海外互联网业务收入达3.2亿港元,同比增长53.7%。受益于“宅经济”下的行业机遇,公司持续深化与Roku和Google等互联网巨头的全球合作,海外互联网业务的覆盖面和影响力不断扩大。2020年7月份开始与Roku的合作从美国延展至全球,同时与Netflix在全球海外市场展开了更紧密的合作。此外,公司在海外持续积极推广TCL Channel,为广大海外用户提供当地丰富内容资源。截至

2020年12月底,TCL Channel已覆盖12个国家,未来公司将继续推进TCL Channel在更多国家上线。

中国市场方面,公司旗下雷鸟网络科技运营能力持续增强。2020年收入达9.1亿港元,同比大幅增长118.8%。其中,会员业务收入、增值业务收入和广告业务收入同比分别增长91.1%、141.9%和10.3%。而随着国内IoT智能电视设备覆盖面扩大以及新业务的持续开拓,用户黏性持续增强,会员渗透率持续提升。截至2020年底,雷鸟网络科技月度活跃用户数同比增长15.5%至1791万;2020年用户日均开机时长达5.6小时,同比增长6.2%;ARPU达到53.1港元,同比增长50.6%。雷鸟网络科技除了与各大长视频平台深入合作外,也开始全面拓展垂直类内容方面的重要行业伙伴,如短视频的字节跳动和快手,短视频观看时长持续上扬。

智能移动、连接设备及服务总销售量达1170万台 同比增长14.1%

TCL电子与时俱进深化变革,进一步完善多元化业务生态。2020年7月底,公司剥离了TV ODM业务,并入TCL通讯全球业务,进一步丰富产品线,加速落实“AI x IoT”战略。2020年9至12月,TCL电子智能移动、连接设备及服务总销售量达1170万台,同比增长14.1%;收入达51.9亿港元。其中,TCL品牌智能手机销售量同比增长18.4%,ASP同比提升

本报讯(记者 樊春勤)3月23日,以“乘风破浪,红耀华章”为主题的西凤酒2020年度经销商、供应商表彰大会在西安曲江国际会议中心举行。

2020年突发的疫情,使我国白酒行业的发展受得了很大的影响。这一年,对于西凤酒来说,是极其不平凡的一年,也是考验西凤人关键的一年。西凤酒企业员工在董事长张正的带领下,克服困难,艰苦努力,团结一致,奋发拼搏,最终取得了销售收入63亿元的成绩。使企业销售收入得到了稳步增长,品牌价值得到了进一步提升。

陕西西凤酒厂集团有限公司党委书记、董事长、股份公司董事长张正做了题为《风好正是扬帆时,不待扬鞭自奋蹄——从胜利走向更加辉煌的胜利》的讲话,他将西凤2020年工作用“危中育机、绝处逢生、改革攻坚、追赶超越”高度概括。同时强调要持续营销突破,坚持“相互补位”与“走出去”;理解高质量发展内涵,构建高品质发展新理念;强化“一带一路”文化自信,持续为品牌赋能;融入产区发展新格局,复兴名酒地位与影响。风好正是扬帆时,不待扬鞭自奋蹄,面对新时代新征程,张正希望厂商一心、聚力前行,涉过险滩,共渡难关,使西凤酒乘风破浪,逆势前行,跃上发展新台阶。

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作了题为《务实笃行夯基础 聚势谋远赢未来》的讲话。她表示,2020年是营销工作全面转型升级的一年,市场布局方面,加快全国市场布局,夯实渠道基础,为高速高质量发展打牢基础;产品结构方面,持续优化产品结构,推动西凤品牌全面升级,赋能企业长远发展;品牌宣传方面,持续加大宣传力度,扎实推进品牌建设,推动品牌影响力稳步提升;厂商共建方面,不断强化厂商联盟,构建战略合作体系,实现互促共赢。

周艳花说,2021年是“十四五”开局之年,是西凤酒营销改革攻坚之年,更是实现品牌跨越发展的关键之年。公司将坚决贯彻“高端化、全国化”的战略要求,以“抓机遇,抢赛道,保持高速度、高质量发展”为总基调,坚持“三轮驱动”的高速发展模式。自营板块方面,公司将围绕“一个中心、两大引擎、三大聚焦、四大保障”深化全国市场布局,全面夯实渠道基础,加速推进品牌的高端化和全国化进程。品牌运营板块,进一步梳理整合产品结构,强化品牌淘汰机制;切实推进经销商分级管理制度;加强网点及团队建设,聚焦根据地市场深度发力;全面推进服务工作创新转型。电商板块方面,整合优化产品线,打造电商主打产品;优化基础运营工作,提升西凤官方旗舰店形象和认知;搭建专属直播间,开发直播渠道专属产品,加强直播渠道文化传播及购买转化能力。做到全方位、深层次、立体化布局,精准定位,协同发展,推动营销工作实现重大突破。

会上,新华社中国经济信息社发布了《陕西西凤酒厂集团有限公司2020年度ESG可持续发展报告》及《新华·西凤酒品牌传播力指数报告(2020)》。两份报告细致地展示了西凤酒作为白酒行业巨擘的影响力,同时也分析评估了西凤集团作为国有企业的经济责任、社会责任,以及企业未来可持续发展、高质量发展潜力。

会议期间,对西凤酒2020年度优秀经销商、供应商进行表彰奖励。大会同时举办了“西凤酒品牌发展论坛”。新华社中国经济信息社副总裁、董事李月、陕西禧福祥品牌运营有限公司董事长王延安、中央广播电视总台总经理室客户一部副主任冯惠、华山论剑品牌管理有限公司董事长董小军、思源集团有限公司董事长朱跃明、盛初(北京)营销咨询有限公司董事长王朝成、凤凰网创新酒事业部总经理薛珍,共同参加论坛,各位大咖一致认为西凤酒未来发展的巨大潜能,此次论坛为进一步提升西凤酒品牌价值,扩大品牌影响积累深厚理论基础。

国防大学教授、少将金一南做了题为《时代的考验,时代的担当》的主题演讲,文化专家刘长焕结合西凤实际进行《企业团队的文化自信》专题演讲,为进一步树立企业文化自信,强化品牌发展创新理念,激发新活力,迈向新境界,共同推进西凤品牌不断发展壮大。宝鸡市有关单位领导、来自西凤酒全国经销商、供应商代表以及新闻媒体共1400余人参加了此次活动。

西凤酒经销商供应商表彰大会举行

此外,公司于2020年推出多款中高端智能化产品,公司品牌实力及影响力进一步扩大,屡获得国内外奖项与成就肯定。其中,TCL X9 8K量子点TV在2020国际消费电子产品展(CES)获得IDG颁发的“年度8K QLED金奖”;TCL·XESS旋转智屏在中国家电及消费电子博览会2020(AWE 2020)上斩获“AWE 2020艾普兰优秀产品奖”;TCL品牌电视获美国著名IT杂志PC Mag评为“2020读者之选”及“2021最佳品牌电视”;公司孵化的互联网科技公司雷鸟网络科技上榜36氪发布的《2020年度中国最受投资人关注创业公司TOP100》榜单等。

把握全球经济复苏机遇 加速落实“AI x IoT”核心发展战略

加大研发投入 专注高端显示及智能交互技术

TCL电子持续发力于下一代智能TV的设计、研发与先进制造。2020年公司研发费用同比大增117.0%至16.3亿港元,研发费用率为3.2%,同比提升1.1个百分点。2020年8月18日,公司推出全球首款5G+8K智屏新品,8K Mini LED智屏75X10 5G版和8K QLED智屏85X9 5G版,迈入5G商业应用的新征程。与此同时,公司持续加大“AI x IoT”技术研发投入,专注于AI、IoT、云服务、大数据、智能交互、安卓TV系统、互联网应用等技术研发和产品化创新应用。目前,公司的鸿鹄实验室在全球有4个技术中心,200人规模的大数据云平台团队及400人规模的AI算法团队,逐步成为公司的“数据服务”+“智能场景”的核心提供者。

未来,随着全球经济将持续复苏,行业发展环境向好。在前沿科技迅猛发展的数字化时代背景下,TCL电子将紧抓前沿技术发展带来的产品及应用升级的时代机遇,深入拓展智慧家庭、移动服务和智慧商显三大智能场景,以智慧显示业务为核心,完善智能生态构建,为用户打造“全场景、全品类、全连接”的智慧生活服务,加速推进及落实“AI x IoT”全场景智慧健康生活战略,带动全品类业务发展。

同时,TCL电子将持续重视并加大研发投入和产品创新,持续增强核心竞争力,积极推动数字化转型,扩大互联网增值服务收入。公司充满信心和决心,继续坚定迈向全球领先,致力为全球用户提供多屏及时互动、全场景智慧感知的极致产品与服务,并为公司的股东带来长期增长和价值回报。