

■备战“双 11”■

华为Mate40亮相 新一轮5G换机周期将至

◎记者 时娜 ◎编辑 全泽源

10月22日晚间,华为消费者业务首席执行官余承东在全球发布会上发布华为Mate40系列5G手机,这款搭载华为绝版5G芯片的旗舰手机起售价899欧元(约合人民币7098元),10月23日0点在华为商城及线上授权电商平台、线下授权零售渠道开启预约。

5G终端商用明显提速的大背景下,在“双11”活动正式启动之际,华为Mate40系列手机与上周发布的苹果第一代5G手机iPhone12系列一起,开启新一轮5G换机周期。

史上最强大华为Mate亮相

因搭载华为首款也是绝版的5纳米麒麟9000 SoC芯片,华为Mate40系列手机备受关注。也正因搭载这颗目前华为性能最强大的手机芯片,华为Mate40系列被华为称为“史上最强大的华为Mate”。

余承东介绍,华为Mate40系列包括Mate40、Mate40 Pro、Mate40 Pro+、Mate40 RS保时捷4个版本。其中,华为Mate40采用5纳米的5G SoC麒麟9000E芯片;华为Mate40 Pro和华为Mate40 Pro+搭载性能更强大的麒麟9000 5G SoC芯片,能从容应对5G时代复杂的计算和多任务负载。麒麟9000集成多达153亿个晶体管,是目前晶体管数最多和功能最完整的5G手机芯片。

“其他厂商不久前才推出第一代5G手机,华为已推出第三代5G手机。”余承东在发布会上调侃。他表示,华为Mate40系列搭载的麒麟9000芯片,在5G上行速度方面是其他厂商的5倍,下行速度则为2倍。

除了性能强大,华为Mate40系列手机还标配88°超曲面OLED屏幕,其中Mate40屏幕尺寸为6.5英寸,Pro和Pro+尺寸为6.76英寸,屏幕刷新率均为90Hz。同时还搭载超感知徕卡电影影像系统,并传承5G长续航基因,搭载66W快充及50W无线快充,能够在-5℃的低温环境下正常充电。软件方面,华为Mate40系列首发搭载EMUI11系统,全新交互方式和分布式技术让全场景智慧生活体验更丰富。

新一轮5G换机周期将至

IDC统计数据显示,上半年国内高端手机市场苹果占44%,华为占44.1%。分析人士表示,当前的高端手机市场中华为和苹果占据头两把交椅,在“双11”即将到来之际,苹果、华为两大顶级手机厂商相继推出5G旗舰手机,无疑将点燃消费者的换机热情。

5G网络建设快速推进,为5G换机潮奠定坚实基础。10月22日,在国新办新闻发布会上,工信部新闻发言人、信息通信发展司司长闻库介绍,目前5G基站建设已提前完成年度50万个的目标,截至9月底,5G基站累计建设量达69万个,基本实现地市5G覆盖。

近几个月来,5G终端商用明显提速。中国信通院最新发布数据显示,今年9月,国内市场5G手机出货量达1399万部,占同期手机出货量的60%,连续4个月5G手机出货量占比达六成。

尽管今年1至9月国内5G终端出货量超1亿部,1.6亿个终端连接上网,但5G手机替换仍有较大空间。以中国移动为例,公司今年第三季度5G套餐用户数达1.14亿,其移动用户总数高达9.46亿,5G用户渗透率仅约12%。

《IDC全球智能手机跟踪报告》预测,2020年全球5G手机出货量约2.4亿台,中国市场的贡献将超1.6亿台,占比约67.7%。在未来5年内,中国将持续占据全球约一半市场份额。

iPhone12、华为Mate40重磅来袭,有望开启新一轮5G换机周期,手机产业链随之将迎来新需求。



华为消费者业务首席执行官余承东介绍Mate40系列

百家房企带着80万套特价房上天猫 今年“双 11”电商平台与商家都在憋大招

◎记者 温婷 ◎编辑 全泽源

10月22日,“双11”大促活动启幕:100多家房企带着3000个楼盘共计80万套房源集体参加天猫“双11”;同期参与的120款热销车型低至5折,覆盖50多个汽车品牌。

从快消品打头阵到叫卖车房,从1天付尾款到4天付尾款,各路商家都指望这场大促销在年底冲击销量。在电商侧,各大平台已拉开阵仗。这样的“双11”,谁会更期待?

谁更期待“双 11”?

“今年‘双11’往购物车添加商品时,好像没有那么激动了。”半夜守在直播间的周女士一边刷直播,一边和闺蜜“吐槽”。另一边的妈妈群里,群友频频发来的比价链接、补贴产品表格等也未激起多少波澜,一名深谙“网购之道”的母亲抱怨:“3年前‘双11’买的卫生纸还有大半箱没用完。”

熟悉着、麻木着、关注着、“吐槽”着——“双11”走到第12个年头。与往年不同,随着疫情防控形势持续向好,今年的“双11”被商家寄予更多期望。

“我们一开始以为,营销投入方面,今年商家给消费者的优惠力度会有所收缩。但商家对于天猫全年及‘双11’节点的销售预期值比以往更高。”阿里巴巴集团副总裁家洛坦言,目前一些重要商家对于天猫及“双11”的增长更加看重,资源投入乃至备货力度远超预期。

日前资本市场大热的家纺板块,其热度在电商平台有迹可循。家洛表示,有家纺行业商家向天猫反馈,受海外疫情影响,印度和东南亚等国的产量大幅下降,全球都在抢中国家纺供应链的货,很多家纺商家虽然对“双11”抱较高期待,但担心生产压力大忙不过来。基于此,天猫对一些类似的品类参与双11“亮绿灯”,希望能在服务链上更好与其匹配。

在最新的“双11”策略中,天猫将消

费者付尾款时段由11月11日延长到11月1日至3日及11月11日2个时间段,这是对商家“分拨备货”“多卖货”诉求的回应。

在天猫针对商家的调研中,超过90%的商家希望能在2个时间段进行销售。为此,天猫提前和物流供应链等进行沟通。截至10月21日,已有来自85个国家和地区、近1000万吨的“双11”商品进入菜鸟仓库,规模较2019年“双11”近乎翻倍。

卖房卖车,边界延伸图什么?

今年共有1400万款商品参加天猫“双11”折扣活动,为2019年的1.4倍。在京东,2亿件5折商品、超3亿件新品将参加“双11”。

货多了,商家期望值高了,消费者数量够吗?

在2019年设立“双11”的KPI(关键绩效指标)时,天猫淘宝总裁蒋凡认为,用户增量的重要性远大于交易数据。2019年11月9日,淘宝APP的日活跃用户数已超过2018年“双11”。如今来看,2020年“双11”用户容量进一步扩大,用户“宽度”也不断延伸。两者能否相互促进?

“宽度”来自多元化需求的满足,更来自“双11”产品边界的延伸。蒋凡表示,从第一届“双11”的5000多万元成交额到2019年“双11”的2684亿元成交额,“双11”的品类一直在延伸。“今年希望把一些长决策周期的产品加入‘双11’,我们第一次正式将车和房作为‘双11’的核心品类。”蒋凡称,这是为未来做准备。

10月22日,100多家房企带着3000个楼盘、共计80万套房源集体参加天猫“双11”,特价房范围覆盖近300城市;同期参与的120款热销车型低至5折,覆盖50多个汽车品牌,新能源车占比达30%。在更多新品类加入后,除了“蹲守”在李佳琦、薇娅直播间的女性用户,男性用户有望成为“双11”高客单价消费的主力军。

今年8月,JDL京东物流对使命、愿景和品牌进行全面升级,形成科技产品、解决方案和供应链生态三大板块,这些板块及细分组件之间形成积木式、耦合式的关系,除了服务单个企业,还通过开放赋能服务众多品牌商和合作伙伴,为快消、电子制造、汽车、能源、工业品等领域提供一体化智能供应链解决方案。

中流砥柱。

本地生活服务加入,新国货迎拐点?

除了车和房,本地生活服务及国货品牌也干劲十足赶上“双11”这班车。蚂蚁集团旗下支付宝将首次以数字生活开放平台身份参与“双11”,来自饿了么(含口碑)、淘票票、大麦、飞猪等阿里经济体平台的数百万商家参与打折促销。

服务业参与“双11”,上市公司的嗅觉更灵敏。西安饮食在投资者互动平台表示,公司拟与支付宝、淘宝、饿了么合作,在“双11”进行促销活动,活动将持续至“双12”。居然之家在2019年“双11”通过与阿里共同打造的线上线下一体化交易系统实现GMV(销售额)97.6亿元,公司表示将在今年“双11”继续发力。

在京东,消费者定制化的C2M产品被定下1亿件销售的目标,上千个品牌专门为京东开设近3000条生产线。仅在3C家电领域,就有包括美的、海尔、格力、海信、TCL、飞利浦、奥克斯等在内的超40个品牌为京东单独开设300余条专供生产线;在商超领域,1000多个品牌为京东开设2000条生产线,还有超20个建材品牌为京东单独开设超100条生产线。

在拼多多看来,国内新品牌崛起的拐点已至。“双11”预售大幕开启时,拼多多升级“新品牌计划”,在未来5年扶持100个产业带,订制10万款新品牌产品,合作伙伴将从头部代工企业扩展至中国优质制造企业服务,带动1万亿元的销售额。

九鼎公共事务研究所研究员翁一认为,今年“双11”由单纯实物消费转变为实物消费和服务消费并举,快速拉动服务消费升级,并通过互联网红利对线下商业形成有效反哺。“双11”在某种程度上已成一种媒介,让消费者不再局限于实物感知,感官得到更大程度的扩展延伸。

王振辉表示,京东物流将继续加大技术投入,京东云仓将在3年内覆盖全国所有区县。他还介绍了公司在5G方面的最新进展,JDL京东物流率先在全国28座亚洲一号实现5G网络全覆盖,全面提升物流行业整体效率。此外,公司的5G探索区块链技术已向消费品行业开放。

在巨头加大物流机器人规模化投入的同时,定位为“解决方案+智能物流机器人+智慧大脑操作系统”供应商的快仓智能即将宣布新一轮融资计划,不排除冲刺科创板的可能性。2017年,公司完成2亿元B轮融资,由菜鸟网络和软银中国共同参与。嗅到智慧物流机器人的商机,资本在产业链提前做好准备。

中海油 第三季度油气销售降逾26%

◎记者 陈其珏 ◎编辑 林坚

中国第三大石油公司——中国海洋石油有限公司(下称中海油)10月22日发布的第三季度主要经营指标显示,公司第三季度总净产量同比增长5.1%,油气销售收入下降超26%,平均实现油价下降近三成,资本支出下降5.8%。

第三季度,中海油实现总净产量131.2百万桶油当量,同比增长5.1%。其中,中国净产量88.6百万桶油当量,同比增长10.4%,主要原因是旅大21-2/旅大16-3油田区域开发、东方13-2气田群等项目投产带来产量贡献;海外净产量42.6百万桶油当量,同比下降4.6%,主要原因是低油价下厄尼利亚Egina项目限产及加拿大长湖油砂项目减产。

报告期内,公司共获得4个新发现,并有14口评价井并获得成功。其中,中国海域渤中19-6周边潜山拓展勘探获得新突破,探明储量达中型油气田规模。开发生产方面,公司三季度成功投产4个新项目:南堡35-2油田S1井区、锦州25-1油田6/11井区、流花16-2油田/流花20-2油田联合开发项目及渤中19-6凝析气田试验区。

第三季度,公司平均实现油价为43.03美元/桶,同比下降29.3%,与国际油价走势基本一致;平均实现天然气价为5.85美元/千立方英尺,同比增长2.0%,主要原因是中国高气价天然气销量增加。综合实现油价下降、销量增长及汇率变动等影响,三季度未经审计的油气销售收入约人民币355.5亿元,同比下降26.8%。

据悉,中海油今年第三季度按照既定的应对低油价策略,在保证勘探开发工作量的前提下有效削减资本支出,同比下降5.8%至约人民币184.0亿元,符合年度调整后的目标。

抗疫战绩亮眼 明德生物 第三季度业绩大增33倍

◎记者 祁豆豆 ◎编辑 全泽源

明德生物10月22日晚发布三季报,公司前三季度实现营业收入6.4亿元,净利润3.56亿元,分别同比增长358.07%和695.53%。其中,公司第三季度实现营业收入2.8亿元,同比增长637.9%;净利润1.56亿元,同比增长3353.44%。

明德生物表示,业绩大增的主要原因是疫情发生后新冠病毒检测产品及检测业务量大增。此外,报告期公司化学发光产品销售增长,PCR实验室建设项目业务增加,产生了新的营业收入。

明德生物主要从事体外快速诊断设备(POCT)及配套试剂(免疫层析/化学发光/血气分析/分子诊断/心电)的自主研发、生产和销售,同时提供基于体外诊断平台的多中心建设服务,如胸痛中心、卒中中心等。公司战“疫”中取得的好成绩在半年报中已有体现。上半年,公司实现销售收入3.61亿元,同比增长253.98%;归属于上市公司股东的净利润2亿元,同比增长397.19%。

明德生物在国内取得新冠病毒检测试剂盒的注册证,产品中标多个省份的新冠病毒检测试剂集中采购。公司新冠病毒检测试剂还取得欧盟CE准入、澳大利亚TGA认证及巴西ANVISA认证,产品远销50多个国家。此外,公司化学发光及血气产品入选中国医学装备协会推荐的新冠肺炎防治医疗设备清单。

海峡股份 第三季度净利润增逾10倍

◎记者 黎灵希 ◎编辑 全泽源

海峡股份10月22日晚披露的三季报显示,公司第三季度实现营业收入2.12亿元,同比增长3.34%;实现净利润4447.97万元,同比增长1091.05%。受第三季度业绩推动,公司前三季度净利润止跌回升,同比增长25.70%。

从三季报看,海峡股份第三季度净利润大幅增长主要与管理费用减少等有关。第三季度,因计提的年度效益奖金减少,海峡股份的管理费用为2668.3万元,同比减少36.71%。

资料显示,海峡股份主营业务为船舶运输和轮渡港口服务,包括经营海口至海安、海口至北海客滚运输航线,海口(三亚)至西沙旅游客运航线及新海港和秀英港轮渡港口服务业务。

近日,海峡股份发布公告,公司全资子公司海口新海轮渡码头有限公司拟投资建设海口新海滚装码头客运综合枢纽站工程,投资总额14.51亿元。该项目建设用地位于新海港区内,新海港是琼州海峡大通道的关键枢纽港、未来海南自贸港封关运作口岸查验监管体系的重要关口。

海峡股份表示,由于项目属于新海港配套设施,项目纳入琼州海峡南岸港口资源整合项目统筹考虑,项目建成投产后将给新海港带来新增业务量及综合商业收益,收入来源主要包括客滚代理、商租租金、广告费、停车费等。