

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 266 期 总第 9937 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:袁志彬 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2020 年 11 月 18 日 星期三 庚子年 十月初四

华为出售荣耀
不再持有任何股份

传闻多日,终于落地。

昨日,多家企业在《深圳特区报》发布联合声明,深圳市智信新信息技术有限公司(下称“深圳智信新”)已与华为投资控股有限公司签署了收购协议,完成对荣耀品牌相关业务资产的全面收购。出售后,华为不再持有新荣耀公司的任何股份。

华为出售荣耀

据《深圳特区报》,深圳智信新公司,由深圳市智慧城市科技发展集团与 30 余家荣耀代理商、经销商共同投资设立,包括天音通信有限公司、苏宁易购集团股份有限公司、北京松联科技有限公司、深圳市顺电实业有限公司、山东怡华通信科技有限公司、深圳冀顺通投资有限公司、河南象之音健康科技有限公司、福建瑞联优信科技有限公司、内蒙古英孚特通讯技术有限公司、哈尔滨金潭科技发展有限公司等。

声明指出,此次收购既是荣耀相关产业链发起的一场自救和市场化投资,能最大化地保障消费者、渠道、供应商、合作伙伴及员工的利益;更是一次产业互补,全体股东将全力支持新荣耀,让新荣耀在资源、品牌、生产、渠道、服务等方面汲取各方优势,更高效地参与到市场竞争中。

声明还称,所有权的变化不会影响荣耀发展的方向,荣耀高层及团队将保持稳定。投资新荣耀的经销商和代理商也承诺:未来只享有财务上的投资回报,在业务侧将遵循公平交易的市场化原则,与其他经销商、代理商享受同等机会。

工商资料显示,深圳智信新于 2020 年 9 月 27 日成立,注册资本 1 亿元。其中,深圳国资委全资控股的深圳智慧城市科技发展集团持股 98.6%,深圳国资协同发展私募基金合伙企业持股 1.4%。

荣耀品牌诞生于 2013 年 12 月,是华为打造的互联网手机品牌。荣耀成立后,先后推出了荣耀 3C、荣耀 3X 等爆款产品。2017 年,荣耀以 5450 万台的销量、789 亿元销售额,登上中国互联网手机第一的位置。

据第三方调查公司 GFK 的数据显示:2019 年中国手机行业整体大盘下滑近 10% 的背景下,荣耀在中国市场份额整体达到 13%,成为排名第四、增长第二的手机品牌。

华为发表声明表示,在产业技术要素不可持续获得、消费者业务受到巨大压力的艰难时刻,为了让荣耀渠道和供应商能够得以延续,华为投资控股有限公司决定整体出售荣耀业务资产,收购方为深圳市智信新信息技术有限公司。对于交割后的荣耀,华为不占有任何股份,也不参与经营管理与决策。

共有 30 余家荣耀代理商、经销商联合发起了本次收购,这也是荣耀相关产业链发起的一场自救行为。

华为还表示,荣耀品牌诞生于 2013 年,始终面向年轻人,坚持中低端价位,七年间发展成为年出货量超七千万部的互联网手机品牌,对荣耀的消费者、渠道、供应商、合作伙伴及员工的付出,爱护与支持表示感谢。

业内人士:出售荣耀是多赢局面

此前,一位知情人士对记者透露,荣耀被出售的金额在一定程度上并不重要。“华为鼓励内部员工去剥离后的荣耀。” [紧转 P2]

300 亿元产业“成长记”
——解读重庆江津消费品工业逆势发展“密码”

<<< P2

李相合:倾注十年心血 百科奥特在蜕变

■ 江涛 本报记者 梅雪凤

“品牌再响,消费者追求的最终还是一个好的质量,只有良好且靠谱的质量,企业才能在竞争激烈的市场经济中站稳脚跟,才有资格去谈创新、建品牌。我要让客户享受我带给他们的产品,让百科奥特成为一个真正的好品牌。”

从一名普通的除湿机工程师,到创新品牌的缔造者,李相合花了十年时间,用实际行动,践行了自己创办公司时的诺言。

创办百科奥特

以制造业闻名的长三角,在改革开放的春风下,如雨后春笋似的带了一批又一批的工厂,同时也带动了一位位老板和工人的致富之路,吸引了众多渴望成功的年轻人。2005 年,李相合进入杭州一家除湿机设备制造工厂,成为了一名普通工程师。

李相合自认是个“务实派”。对待工作,他尽心尽责,业余时间则把所有精力都花在提升自己的职业技能上。知识的积累,最直接的好处是帮助他升职加薪,但更重要的是帮助他大致厘清了行业的发展方向。

早年工厂竞争不大,订单也相对多,大家自然也以盈利为第一目的,无可厚非,但久而久之就在产品质量和行业人员管理两方面落下了“病根”。李相合还发现,几年过去,消费者的消费水平有了很大提升,市场对质量把关也愈加严苛,然而市场上多数同类产品依然是基于平面内容,没有什么变化,甚至于低配减值。

“没有质量又没有价格优势的工厂会是什么结局呢?我们身处于一个产品由功能需求到品质享受深层需求时代,没有什么是一千秋万代的,如果不思进取,故步自封,自然经不住时代变化的考验。”李相合说。



工作四五年后,李相合决定开一家自己的工厂,他要沿着自己认定的路线,闯出一片天。

2010 年,李相合注册成立了杭州特奥环保科技有限公司,为自己的品牌起名“百科特奥”。从那时起,他为“百科特奥”定下了这样的企业策略:以科学实用占领市场,以质量巩固市场,以真诚服务和诚信经营赢得市场。

坚守质量 更要创新

在生产和生活环境中,空气的相对湿度具有举足轻重的影响。对湿度的控制和调节,是关系生产工艺流程、物资储存保管的重要

问题。然而,要解决这一难题,并不是一件简单的事。

这是因为,各行各业所遇到的温湿度问题是不同的。如:电子行业中要解决静电问题和湿度问题;纺织工业要控制飞絮和粉尘,还要保护原料不在储存当中失去重量和原有的品质;商场的地下车库要解决积水和潮湿问题;家庭中要解决空气净化和冬夏温湿度调节问题等等。

因此,温湿度控制设备和空气净化处理设备的种类也是十分复杂的,比如,百科奥特的主营产品就有:工业除湿机,转轮除湿机,防爆除湿机,防爆空调,防爆冰箱,防爆加湿机,调温除湿机,恒温恒湿机,精密空调,工业空调机,特种非标空调机,空气消毒净化器等。

这些繁杂的设备,正是为了适应不同的场景和需求而产生的。

对于客户而言,可选择的设备如此之多,温湿度和空气净化难题自然迎刃而解。这时,客户又有了更高的需求:我们要解决的问题不止一种,所以需要购买几台不同功用的设备,但是这样既增加了采购成本,也增加了功耗成本,还占用了更多空间。

在保证质量的前提下,做到节能、降价、更小的体积,这是百科奥特成立的目标。

在李相合的带领下,拥有二十余年研发经验的专业技术团队不负众望,研发了第 5 代节能环保净化除湿的高品质除湿机 DH-826D。这台机器不仅成功地将空气净化、控温控湿功能结合在了一起,减轻了企业生产的资金压力,还加入了智能管控系统,更好的展现了新型环保净化除湿机给生活带来的舒适体验和清新森林天然氧吧般生活空间空气新魅力。

十年磨一剑

今年是百科奥特成立十周年。对于这家

“老牌”除湿机企业来说,品牌显示了企业对于自己产品的自信,是一种承诺,可以让满意顾客对公司产品保持忠诚;对于消费者来说,一个好的品牌,更是一种保障,是购买产品时的“定心丸”。

窥豹而知一斑,他山之石,可以攻玉。李相合说:“正是这些在市场这一竞争激烈的没有硝烟的战场上,存在着那么多马失前蹄的企业,为除湿机企业在披荆斩棘的道路上敲响警钟,让我们知道,不要一味追求品牌,而忽视了与消费者利益密切相关的除湿机质量问题,在此基础上,不要忘了,用质量来守住品牌是我们不断努力的方向。”

此外,“百科特奥”品牌以节能环保、科技创新为设计理念;产品集优创新,以科学发展、实用安全、品质保障第一位为原则,凸显技术创新以人为本的设计理念。

多年专业专注从业经营,以客户为中心的服务精神,让“百科特奥”赢得了广大用户的青睐。如今,杭州特奥环保科技有限公司销售、售后服务网络覆盖全国各大一线、二线、三线城市,并在深圳、广州、南阳、北京、杭州等地设立物流配送中心,服务全国各行业用户。百科特奥品牌系列产品也广泛使用于居家环境、电子制造、工业制造、军工、医药生产、农业养殖、档案室、电信、电力、木业纸业等行业。

杭州特奥环保科技有限公司本着用户至上的原则,以“开发先进技术、生产高端产品、保证卓越质量、提供贴心服务”为经营态度,以“以人为本,诚信合作,科技创新”为指导方针,将卓越的产品质量和真诚的服务态度奉献给广大合作伙伴。

经济怎么样? 就业难不难? 物价怎么走?
——国家统计局新闻发言人解读 10 月经济热点问题

■ 陈炜伟 戴小河 刘文昕

国家统计局 16 日发布 10 月份经济运行主要数据。围绕就业、消费、物价等当前经济运行的热点问题,国家统计局新闻发言人付凌晖进行深入解读。

经济怎么样?

付凌晖分析,10 月份,统筹疫情防控和经济社会发展积极成效持续显现,生产稳中有升,需求企稳回暖,就业继续改善,物价总体平稳,市场预期向好,国民经济运行延续稳定恢复态势。

“经济持续恢复的基础和有利条件较多。”付凌晖说,从需求看,投资增速稳定回升,随着生产生活秩序恢复,消费前景向好。从生产看,工业生产较快增长,在需求带动下服务业明显改善。从企业预期看,制造业 PMI 和非制造业商务活动指数已连续 8 个月稳定在 50% 以上。此外,今年以来出台的一系列助企纾困政策和金融支持实体经济政策的效用还将继续发挥。

“根据这些因素初步判断,四季度经济增长可能比二季度、三季度还会进一步加快。”付凌晖说。

“但也要看到,全球疫情蔓延在欧美等国

家造成二次冲击,进一步迟滞世界经济复苏进程;国内经济仍处在恢复进程中,经济全面恢复仍面临诸多挑战。”付凌晖说,下阶段,要进一步统筹好疫情防控和经济社会发展,促进经济持续稳定复苏。

就业难不难?

数据显示,1 至 10 月份,全国城镇新增就业 1009 万人,提前完成全年目标任务。

“面对疫情冲击,今年我国城镇新增就业目标比往年调低,为 900 万人。按照过去的经验数据,经济每增长一个点,带动新增就业 200 万人左右。今年前三季度经济增长远低于过去水平,但新增就业前 10 个月提前完成目标任务,好于预期,来之不易。”付凌晖说。

在这背后,一系列政策措施发挥积极作用。付凌晖介绍,我国实施就业优先的政策,特别是今年出台一系列稳就业政策,促进农民工和大学生等重点群体就业,援企稳岗、助企纾困政策也发挥了重要作用。

总体来看,我国就业形势改善。10 月份,全国城镇调查失业率为 5.3%,比 9 月份下降 0.1 个百分点。

付凌晖表示,也要看到我国就业形势还面临一些结构性压力,特别是大学生就业困难较多。但政府正持续出台措施,提供不断线就业

服务,稳定推动大学生就业。下阶段,要继续加大稳就业力度,促进就业形势整体改善。

消费旺不旺?

我国市场销售持续回暖。10 月份,社会消费品零售总额同比增长 4.3%,比 9 月份加快 1 个百分点,餐饮收入月度同比增速由负转正。

付凌晖分析,国内疫情防控成果明显,消费环境改善,公众外出消费信心增强。随着经济的恢复,就业的增加、居民收入增长,消费能力也在提升。此外,今年以来,国家推出促进汽车消费、服务消费等政策,对相关消费带动作用增强。

值得关注的是,在商品零售改善的同时,服务消费也在持续恢复。10 月份,餐饮收入同比增长 0.8%,月度同比增速年内首次转正。线上消费保持快速增长的同时,线下消费也在恢复。前 10 个月,限额以上超市商品零售额同比增长 3%。此外,升级类消费和大宗商品消费回暖明显。10 月份,限额以上单位汽车类商品零售额同比增长 12%,连续 4 个月保持两位数增长。

付凌晖说,当前,国际疫情还在蔓延,我国外防输入、内防反弹的压力比较大,进一步促进消费恢复还需要付出巨大的努力。要继

续统筹好疫情防控和经济社会发展,为消费者恢复创造良好条件,同时稳定就业,促进经济恢复,增强消费能力,落实好相关消费政策,促进消费持续稳定发展。

物价怎么走?

10 月份,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨 0.5%,在 1 月份达到 5.4% 的高点后逐步回落。其中,猪肉价格在连续上涨 19 个月 after 首次转降。

付凌晖说,CPI 涨幅的回落主要是由于食品价格的变化,特别是猪肉价格的影响。9 月份猪肉价格同比上涨 25.5%,10 月份同比下降 2.8%,这既与去年的基数有关,也和今年加大生猪生产供应有关。

他进一步分析,10 月份,扣除食品和能源价格的核心 CPI 同比上涨 0.5%,已连续 4 个月稳定在 0.5% 的水平,说明除食品价格以外,其他的价格形势是保持总体稳定的。

针对后期物价走势,付凌晖说,一些食品的季节性需求可能会带动价格上涨,国内经济回暖也可能对服务价格产生一定上拉作用;但与此同时,猪肉价格等可能对物价产生一定的下拉作用。此外,国际疫情二次冲击,对全球大宗商品市场的影响还有很大不确定性。总的看,物价走势还需要进一步观察。(据新华社)

广告

东方雅韵 珍惜之酿

400-834-9998

地址:贵州省仁怀市五渡北路

贵州茅台酒厂集团技术开发公司

新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

剑南红

电话:028-83388900

四川 剑南红 酒业有限公司

地址:成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼