

3C周刊

广东重启“家电下乡”刺激绿色家电消费

新快报讯 记者陈学东报道 新冠肺炎疫情影响下，除了企业的积极拉动，稳定家电等大宗消费成为地方政府的当务之急，“家电下乡”也再次被纳入工作日程。日前广东拟重启家电下乡政策，拉动内需，刺激绿色家电消费。

4月12日，广东省工业和信息化厅下发《广东省工业和信息化厅关于提供家电下乡备选生产企业及产品清单的函》，根据省委统一部署，将开展新一轮的“家电下乡”专项行动，并要求本月14日前由各地级市工信部门上报家电下乡生产企业的名单，其中每个品类的生产企业不超过5家。

据悉，作为广东版的家电下乡专项行动，首批将针对空调、4K电视、洗衣机、冰箱、电脑、手机，以及电饭煲、热水器等8类产品，每类不超过5家生产企业参与。同时，将通过竞争性磋商的方式，确定参与这一专项行动的企业名单资格。

通知还要求广东各地级市上报家电企业名单，给出了详细的要求。比如明确企业的注册地、销售额、纳税额、行业地位，以及下乡产品的型号目标清单（包括市场售价和下乡优惠价格），以及



授权网点的体系，还有配送、服务、宣传能力等，一并提交。

不过广东省工业和信息化厅并未在通知中明确，这一轮“家电下乡”专项行动，是否有财政补贴金额等内容。只是启动生产企业的招标工作。有业内人士猜测，这一轮“家电下乡”专项行动，很有可能是政府牵头组织，并要求企业对于下乡产品给予特殊让利，而不会涉及地方财政的补贴。

显然，这是新冠肺炎疫情全球蔓延

下的特殊应对急救之策，与13年前的家电下乡有异曲同工之处。早在2007年12月1日起，在山东、河南、四川、青岛三省一市进行了家电下乡试点，对彩电、冰箱（含冰柜）、手机三大类产品给予产品销售价格13%的财政资金直补。直到后来全国推广，并于2013年1月31日结束，横跨长达约6年时间，当时出台家电下乡政策旨在应对美国次贷危机引发的全球金融危机而出台的。

董明珠再度入榜

“中国最具影响力商界领袖”

新快报讯 4月13日，《财富》中文版公布了“2020年中国最具影响力商界领袖”榜单，格力电器董事长兼总裁董明珠再度上榜，位列榜单第十位。一同上榜的还有马云、任正非、王传福、马化腾等大众熟知的企业领袖。

在董明珠的带领下，格力电器2019年上榜《财富》世界500强，完成“混改”，为企业发展引进新动能。《财富》杂志评论道：“（董明珠）坚持以格力力量撬动制造业的‘中国造’”。

“让中国制造走在世界上，摆脱‘低质低价’的帽子，唯一的解决方案就是自主创新。”董明珠对此有着自己的解题思路。在过去的一年中，董明珠带领格力以自主创新为利器在逆境中突围，不断追求新的突破与改变，在坚守实业与追求创新之间寻找发展契机。

2012年到2018年，在董明珠的前两个董事长任期中，格力实现从1000亿元到2000亿元的营收，等同于“再造了一个格力”。
（陈学东）

巨头入场

OLED电视欲抢高端市场红利

[随着OLED电视成为复杂经济背景下的新盈利点，越来越多的企业布局OLED电视。4月8日，华为在其春季新品线上发布会上发布了65英寸OLED“智慧屏”电视。有消息透露，在华为之后，小米也将在不久后发布OLED电视。]

而随着华为的入场，在全球范围，OLED阵营的彩电厂商已经包括LG、索尼、创维、康佳、海信、松下、长虹、飞利浦、华为等知名企业。业内表示，随着彩电市场的竞争日趋激烈，OLED电视成为各大厂商争夺高端市场份额的一大利器，而此次华为入场，意在“抢食”高端电视市场红利。

■新快报记者 陈学东

华为借力OLED电视拿高端市场入场券

据了解，此次华为的OLED“智慧屏”电视使用的是全球最大的大尺寸OLED面板厂商——LG Display的面板，至此，全球OLED电视阵营已经达到16家，而有消息透露，小米公司也将在今年推出OLED电视，大举进军高端电视市场。业内预计，随着华为的正式入局，以及小米的即将推出，中国OLED电视市场普及有望加速。

对于华为进军OLED电视，业内人士分析认为，华为希望借助差异化品牌，树立高端产品形象，同时完善其产品结构，丰富产品布局；而在目前电视市场竞争异常激烈的大背景下，华为作为电视领域的“后来者”，欲借力OLED电视，争夺高端电视市场领域的入场券，用OLED电视产品，快速提高自身在电视领域的行业地位，缩短与行业巨头的距离，借力OLED电视，在高端市场赢得消费者青睐。

政策扶持高端市场迎新动力

据悉，目前全球彩电市场整体不容乐观，据市场调研机构Omdia的预测报告，2020年全球电视出货量为2.035亿台，相比2019年的2.229亿台，下降8.7%。但与此同时，全球高端电视市场仍充满增长的乐观趋势。市场调研机构Omdia预测，在2019年，中国1500美元以上的高端电视全球市场占有率为



8.6%，2020年将增长60%以上，达到14.1%。

而在政策层面，为了刺激新冠肺炎疫情压制的消费需求，近期，从中央到地方，刺激消费的新政策层出不穷，国家发改委、工信部等23个部门联合印发了《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，鼓励使用绿色智能产品，大力推进“智慧广电”建设，推动居家文化消费升级。此外，全国超过10个地区发放消费券刺激消费。业内预计，在多项扶持政策的促进下，新一轮家电销售旺季将到来，有望引发换机趋势，OLED等高端电视有望被更多消费者选择。

企业盯上新红利入口

数据显示，随着2020年新冠肺炎疫情出现，智能电视在家庭娱乐中的地位越来越高。在疫情期间，开机率和开

机时长都有了较大幅度的提升，今年春节期间彩电总体日活率甚至达到50%以上，日均时长超过6小时，创下近年来的新高。分析认为，在疫情结束后，高端智能电视带来的报复性消费，有望成为“疫后经济”的一大亮点，这也是华为、小米等中国企业纷纷进军OLED电视的原因之一。

分析公司Omdia预计，今年OLED电视面板出货量为345万片，2021年为607万片，2022年增加至700万片。而目前全球大尺寸OLED面板供应主要是LG Display，LG Display在广州投建的OLED8.5代线今年大规模量产之后，中国高端电视市场有望加速向OLED转型。

据市场调研机构Omdia预计去年OLED电视销售额在全球电视市场中所占比重为5.9%，2022年将增加至8.6%。

BOSS直聘联合百家名企“直播招聘”

新快报讯 受疫情影响，2020年春招季活跃求职的应届生较去年大增56%，但企业对应届生的招聘需求规模同比下降22%，企业缩水的岗位和应届生迫切的心情成为当下求职季的主要矛盾。

近日，BOSS直聘联合北京、上海、广州、深圳、杭州、成都五地近百家优质企业，推出专门针对应届生的线上招聘专场“春雷行动”。此次活动不仅为应届生带来逾万个精选岗位，雇主还可以在BOSS直聘App上进行直播宣讲，与应届生实时沟通。活动上线首周，40家企业进行了直播宣传，吸引上万名应届生参与活动，每场直播均超千人在线观看、留言互动。

春雷行动负责人王易表示，区别于传统的线下校招宣讲，BOSS直聘通过大数据分析，将直播宣讲精准推送给匹配度较高的求职者，既消除了空间对学生的限制，让应届生一天内可以轻松参加多个宣讲会，同时还为雇主减轻了筛选海量简历的压力，与高匹配度的应届生建立联系，同时还通过留言弹幕全面了解了应届生比较关注的问题，并快速答疑解惑，大大提升了校招的效率。

据了解，春雷行动的活动时间为4月7日至4月17日，为期两周。接下来还将有49家企业在BOSS直聘App进行直播宣讲。

（郑志辉）