

多家手机厂商取消充电器

此前,多家手机厂商取消附赠充电器的方案各有不同,这股不配充电器之风源于苹果发布iPhone12的发布会。苹果公司称,不配充电器有利于减少碳排放,是为支持环保,却并未对用户进行任何降价和补贴;小米发布的小米11推出了标准版(不含充电器和数据线)和套装版(含价值99元氟化铯充电器),两者售价均3999元;魅族紧跟其后,提出可以回收魅族18用户家中两个任意手机型号的旧充电器,不论好坏,回收成功后可获得一个全新的魅族充电器。而华为提出的方案则是

直接降价,据华为商城客服介绍,近日将推出不含充电器和数据线手机新版本,售价减少200元。目前华为Mate X2、Mate 40 Pro、nova 8、nova 8 Pro这四款有推出,开售时间以实际销售情况为准。这四款机型配备的充电器特殊之处在于,都是66W的快充功率,半小时可充电87%,目前在华为官网的售价为199元。20日下午,羊城晚报记者在广州几家华为手机店走访时,看到目前上述款式手机还都配有充电器,至于何时销售无充电器版本,销售人员表示以公司安排为准。

普通用户褒贬不一

对于华为取消充电器的方案,在网上,有部分用户表示支持:“多几个选项,把选择权交给用户才是对的。”与其他手机厂商相比,华为这是实打实的降价,“相当于把充电器的价格单独列出来了,不需要就不用买,这才是真环保。”

然而,也有消费者敏锐地发现,这也意味着,如果使用其它华为手机型号的充电器,是没法达到最高66W的快充功率的。而且,华为的快充协议是自家研发的私有协议:Super Charge Pro-

第三方快充市场可达千亿级别

手机厂商取消充电器会给第三方市场带来影响吗?也有用户忧虑,第三方充电器安全吗?

而目前,私有协议正逐步走向开放,华为、OPPO开放快充技术授权。众多手机机型已陆续加入PD快充协议,苹果自iPhone8系列起,就开始支持该快充协议,越来越多的手机厂商紧跟苹果步伐。

有市场人士表示,当前的快充充电器有一些是不能互相通用的,一切都源于快充充电器中的快充协议。目前手机端存在的快充协议有很多,市面上很多手机品牌采用的快充协议也大不相同,但主流的手机厂商都有自己的快充技术,他们的用户量巨大,想要统一充电器的标准,难度很大。

根据业内人士测算,预计2022年整体有线充电器市场规模可达千亿元级别。不过,行业人士还是提醒,建议消费者到正规门店或网站购买充电器,以免出现安全问题。

继苹果、小米、三星、魅族之后,华为手机推出无充电器版,或推动千亿元级别第三方快充市场

手机取消充电器会成潮流吗?

羊城晚报记者 林曦 实习生 宋琪莹

近日,“华为部分手机取消充电器降价200”的话题登上微博热搜。继苹果、小米、三星、魅族之后,华为手机也开始在充电器上做文章了,而这一次华为却收获了不错的好评。有业内人士指出,作为国内手机厂商巨头,华为取消充电器的决策,或将加速第三方快充市场的爆发。



图/视觉中国

对此,华为官方给羊城晚报记者回复称,为了给消费者提供更多选择,华为近期开始推出不含充电器和数据线版本的Mate 40 Pro、Mate X2、nova 8及nova 8 Pro系列手机,零售价相较含充电器和数据线版本减少200元。

电商“今日爆款”上线灰测 对标美团拼多多? 滴滴电商业务又加码

羊城晚报 记者沈钊报道:近日,据多家媒体报道,滴滴正在灰测电商业务“今日爆款”,该业务与此前滴滴社区团购业务“橙心优选”的线下自提模式不同,疑似对标拼多多和美团“团好货”的模式,用低价、拼团的模式抢夺市场,由厂家直接发货给消费者。该业务运营模式偏向于C端零售,主打下沉市场,其入口位于滴滴出行APP菜单内。

不意外的选择

实际上,滴滴推出自营电商业务并不让人意外。此前其在橙心优选上布局早、投入大,快速抢占了相当的市场份额。而今,自营电商业务能够有效承接、转换“橙心优选”积累的流量,为其在后续资本市场上提供更多的“故事”。

根据此前报道,滴滴橙心优选业务于2020年4月低调试水,6月份正式上线,上线当日订单破万,打响巨头进军社区团购的第一枪;2020年11月份,滴滴CEO程维在内部沟通会上表示,对橙心优选的投入将“不设上限”,全力拿下市场第一名。

随后,拼多多、美团等众多互联网巨头入场,开启了社区团购“低价倾销”“垄断市场”的局面,“得团长者得天下”的言论甚嚣尘上,甚至出现了“十几个平台抢一个社区团长”夸张局面。随后,国家市场监督管理总局联合商务部召开了规范社区团购秩序指导会,各家社区团购业务变得低调下来。

实际上,低调下来的橙心优

选并没有放缓步伐。仅在过去的的一个星期内,先是携手百家一线母婴品牌,发起“宝贝成长优选计划”,随后又启动首个榴莲节……可以说,自去年橙心优选上线以后,经过大半年的资源积累,已拥有大量的供应商资源为自己做电商业务铺路,尝试电商业务是水到渠成。

据了解,“今日爆款”(“特卖好货”)是滴滴在探索的新的电商模式,以包邮到家的方式将商品寄送到用户手中。目前主要提供生活类商品,涵盖蔬果、粮油、百货、数码、母婴、家电等品类。滴滴对部分精选商品实行价格补贴,同时,在“今日爆款”内,所有用户都可以以团购价购买商品,所有商品都包邮。

或盯上直播电商

值得注意的是,官网显示,滴滴从今年3月开始招聘多个电商岗位。其中,在对于“自营电商高级经理”的职位描述中提及了直播频道。这意味着,滴滴未来或将进入直播电商领域,在自营电商平台中加入直播电商内容模块。

去年10月,滴滴出行宣布当月国内月活用户突破4亿,面对巨大的流量池,滴滴加速了流量的商业转化和变现。此次“今日爆款”采取了和橙心优选一样的方式,将入口放置在菜单栏内,可以看出,滴滴也是希望滴滴出行App中的巨大流量,转化到电商业务中,并借此在电商市场中占得一席之地。

融资百亿美元砸社区团购? 美团回应了

羊城晚报 记者沈钊报道:据彭博社4月20日报道,通过出售新股和可转换债券的方式,美团公司筹集了99.8亿美元,以期在社区团购和线上零售等领域与竞争对手较量。昨日,羊城晚报记者从美团处获悉,此次其所募得的资金将用于科技创新,加大在无人车、无人配送等前沿技术的投入以及一般企业用途,并非用于社区团购业务的补贴竞争。

数据表示,截至目前,美团的研发团队已经超过万人,是国内最大的工程师团队之一,2020年全年研发投入超过100亿元。据悉,通过此次融资,美团还将继续加大全球科技人才招聘,并进一步提升客户服务。

实际上,根据美团4月20日的公告,此次美团所募得的资金将用于科技创新,加大在无人车、无人配送等前沿技术的投入以及一般企业用途。正如美团CEO王兴在3月26日财报电话会上所言,前沿科技一直是重点关注方向,并首次披露了自研无人配送技术的落地进展。王兴表示,在疫情期间,美团在北京顺义区的无人车配送已成功完成了15000多个订单,他本人还在深圳对美团无人车进行了空中配送测试。

数据显示,截至目前,美团的研发团队已经超过万人,是国内最大的工程师团队之一,2020年全年研发投入超过100亿元。据悉,通过此次融资,美团还将继续加大全球科技人才招聘,并进一步提升客户服务。

根据此前发布的公告,美团拟寻求以增发股票和出售可转债的方式,融资近100亿美元。美团将以配售方式增发共计1.98亿股,占新股发行后总股数约3.3%,腾讯作为老股东认购其中约1135万股,每股定价为273.8港元,较前一交易日289.2港元的收盘价折让5.3%;与此同时,还将发行总计近30亿美元分别于2027和2028年到期的可转债。

中国长城资产举办 粤港澳大湾区专场资产推介会

4月20日,中国长城资产管理股份有限公司(以下简称中国长城资产)在广州举办2021春季“新起点、新机遇”特殊资产粤港澳大湾区专场推介会。

产规模大,推出3500项特殊资产,债权总额超过2700亿元。二是区域分布广,能够满足各个地区投资者的需求。三是涉及行业多,涉及房地产、制造业、批发和零售业、建筑业、采矿业、农林牧副渔业、白酒等多个行业,满足各个行业投资者的需求。四是抵质押物种类丰富。涉及酒店、住宅、写字楼、商铺、优先级收益权、上市公司流通股、采矿权等。中国长城资产总部资产经营二部中国长城资产管理作了整体资产情况介绍,八家分公司的负责人带队进行了大湾区亮点资产的专题推介,并有意向投资人现场充分对接交流。

中国长城资产“新起点·新机遇”特殊资产系列推介会共有京津冀、粤港澳大湾区、江浙沪和成渝四场大型线下资产推介活动,本次是系列会议的第二场。此前在4月15日,中国长城资产已在北京召开了京津冀专场暨“长城点金网”上线发布会,宣布由其自主开发的特殊资产信息平台——长城点金网——正式上线。借助长城点金网的上线,长城资产将以更加开放的姿态,搭建新的平台,与社会各界探索更多的创新合作模式,更好地服务和融入新发展格局。(罗随)

建信基金孙晟:看好高端装备投资机遇

随着全球经济基本面复苏,我国制造业持续回暖。建信高端装备基金基金经理孙晟表示,2021年全球经济逐步恢复,A股企业盈利向上,市场风格可能出现切换,制造业等业绩增速高、估值位于历史低位行业具有相对优势。同时,中国已进入高

质量发展阶段,在向“制造强国”迈进的过程中,高端装备制造领域具备更多投资机会。截至4月2日,由孙晟管理的建信中国制造2025近1年、2年、3年的收益率排名分别为16/220、19/194和35/161,获“三年期五星基金”评级。(杨卢)

我国人工智能产业融资 2020年逾160亿美元

据新华社电 在4月19日-20日于济南举办的首届济南国家级人工智能创新应用先导区高峰论坛上,中国信息通信研究院发布的《2020年全球人工智能产业地图》显示,人工智能技术在新冠肺炎疫情防控 and 复工复产中发挥了重要作用,资本市场对人工智能升温,2020年我国人工智能产业投融资为235笔,金额达161.59亿美元。

中国信息通信研究院总工程师王爱华表示,2020年我国人工智能投融资势头回升,整个产业生态已经进入加速构建的状态,人工智能与很多行业、领域深度融合,加速推进产业升级。

《2020年全球人工智能产业地图》显示,人工智能产业架构不断完善,多元融合是主旋律。在计算平台方面,超算、量子计算、类脑计算的加入,进一步提高了人工智能的算力水平,并与其他人工智能计算技术逐步形成了大规模深度学习的计算平台。在基础应用平台方面,核心软件技术形态基本成熟,集成视觉、语音、交互等多种技术的开放平台成为趋势。在行业应用方面,企业利用人工智能+行业先验知识联动创新提供行业解决方案,人工智能与行业技术快速交叉、深度融合形成一系列的创新领域。

《2020年全球人工智能产业地图》显示,2020年全球人工智能产业规模达到1565亿美元,同比增长12.3%,增速较2019年有所下滑;我国产业规模达到434亿美元,同比增长13.75%。在人工智能赛场上,中美两国占有竞争优势。2020年,美国人工智能企业占全球总数的38.3%,我国紧随其后占24.66%。

一季度全国发行 地方政府债券8951亿元

据新华社电 财政部20日发布数据显示,2021年1至3月,全国发行地方政府债券8951亿元。其中,发行一般债券5210亿元,发行专项债券3741亿元;按用途划分,发行新增债券364亿元,发行再融资债券8587亿元。

数据显示,2021年3月,全国发行地方政府债券4771亿元。其中,发行一般债券2788亿元,发行专项债券1983亿元;按用途划分,发行新增债券364亿元,发行再融资债券4407亿元。

根据数据,2021年3月,地方政府债券平均发行期限7.7年,其中一般债券7.0年,专项债券8.7年;地方政府债券平均发行利率3.44%,其中一般债券3.41%,专项债券3.47%。

截至2021年3月末,全国地方政府债券余额262052亿元。其中,一般债券130433亿元,专项债券131619亿元;政府债券260301亿元,非政府债券形式存量政府债券1751亿元。

挖掘机销量持续火爆 “剧透”中国经济与全球共振复苏

年初以来,中国挖掘机销量十分“火爆”。伴随着国内和全球经济回暖,市场需求加速释放。数据显示,今年1-3月,纳入统计的26家挖掘机制造企业共销售挖掘机126941台,同比增长85%。

挖掘机销量常被视为一国经济活力的“晴雨表”,侧面印证了中国经济复苏好于预期。国家统计局数据显示,3月份中国制造业采购经理指数(PMI)为51.9%,景气面较前月进一步扩大。

国际货币基金组织日前发布的《世界经济展望报告》中预计中国经济今年将增长8.4%,较1月份预测值上调0.3个百分点。

业内人士表示,挖掘机热销有力地反映出当前工程机械需求强劲,一季度宏观经济活力增强。光大证券首席宏观经济学家高瑞东说:“进入二季度,基建增速有望反弹,支撑经济继续强势复苏。”



图/视觉中国

不断增长的市场

中国工程机械工业协会会长苏子孟认为,挖掘机销量大增的背后是中国经济巨大的发展空间和庞大的基础设施建设规模。

他表示,在京津冀协同发展、长江经济带建设、粤港澳大湾区建设、西部大开发、振兴东北等系列举措下,国内市场对基础设施建设的需求仍十分可观。

官方统计数据显示,1-2月,基础设施和制造业投资分别同比增长36.6%和37.3%。

同时,中国一直在加强对新基础设施的政策和财政支持,“十四五”规划纲要更是将新型基础设施建设作为拓展投资空间的重点。

“从5G大数据中心、城市轨道交通等新型基础设施建设到民生保障工程,都需要工程机械厂商的参与,这也是未来中国工程机械市场将持续保持高速增长的重要动力。”苏子孟说。

“目前挖掘机市场仍然处于上升期,存量更新和增量需求并重。可以预见,在‘十四五’开局之年,中国工程机械行

业将继续保持较高的市场景气度,行业的增长格局和基调不会改变,仍将保持平稳增长。”他说。

苏子孟表示,近几年,中国工程机械行业不断实现技术创新和产业升级,与中国制造服务业形成有机补充。随着城镇化进程的加快,“机器换人”成为未来趋势,以挖掘机为代表的工程机械的应用领域不断拓展,行业面临良好的发展机遇。

例如,吨位在6吨以下的微型挖掘机在国内市场颇受欢迎,因为擅长在狭窄的空间作业,其应用领域已经延展至大量室内作业场景和智慧农业领域。

加速走向国际

在深耕国内市场的同时,中国挖掘机一直在寻求更强大的全球影响力。

中国工程机械工业协会数据显示,一季度,纳入统计的26家挖掘机制造企业共出口挖掘机13376台,同比增长81.9%。

位于江苏省徐州市的徐工集团工程机械有限公司是中国机械制造巨头之一。4月2日,在徐工挖掘机批量出口欧

美澳发车仪式上,200余台身形庞大、自主制造的挖掘机齐齐发动,被一一装上卡车,即将奔赴欧洲、美国和澳大利亚。

尽管去年受新冠肺炎疫情冲击,全球经济面临严重衰退压力,徐工挖掘机海外销量仍逆势上扬,特别在2021年一季度,欧美澳高端市场销量同比增长近50%。

徐工集团工程机械有限公司董事长王民介绍说,目前徐工产品出口187个国家和地区,年出口额突破16亿美元,近年来的海外收入占比基本稳定在30%左右。

苏子孟表示,部分企业实现了研发、生产国际化和品牌及管理体系统国际化的,在海外市场的竞争力跨越式提升。“2020年,中国工程机械出口约210亿美元,这是在疫情影响下取得的非常不错的一个业绩。”

全球经济也正在复苏。《世界经济展望报告》预计,2021年全球经济将增长6%。

“工程机械作为国际产能合作重点的行业,稳步推进的国际化之路必将越走越宽。”苏子孟说。

(新华社)