

海信 129億日圓購東芝電視

香港文匯報訊（記者 殷江宏 山東報道）總部在山東青島的海信集團，旗下A股上市公司海信電器（600060.SS）昨天與東芝株式會社在東京聯合宣佈，東芝映像解決方案公司（Toshiba Visual Solutions Corporation，簡稱TVS）股權的95%正式轉讓給海信，作價為129.16億日圓（折合約7.98億元人民幣）。



■海信集團昨日宣佈以129.16億日圓購入東芝95%股權。圖為海信智能工廠。

資料顯示，擁有142年歷史的東芝在顯示技術領域引領了日本乃至世界科技潮流，全球科技品牌價值排行榜位居前列。2016年，東芝電視銷量仍位居日本市場前三（IHS）。TVS公司主營東芝電視及各種周邊產品（包括商用顯示器及廣告顯示器），並在日本擁有優秀的研發團隊，在電視畫質、芯片、音響等方面積累了深厚的技術功底。不過，近年東芝陷入經營困境，彭博社報道指，至2018年3

月底結束的本財年內，東芝將淨虧損大約10億美元。為了避免連年虧損而退市，東芝相繼賣出了旗下多個資產，現在連電視業務也售予海信。

擁東芝40年全球品牌授權

轉讓完成後，海信電器將享有東芝電視產品、品牌、運營服務等一攬子業務，並擁有東芝電視全球40年品牌授權，預期將於2018年2月底完成交割。記者從海信集團獲悉，海信電視

佔率連續13年內地市場第一，在美國和歐洲發展迅猛，近年更是在南非、澳洲躋身市場第一的位次，2015年、2016年位居全球第三，與此同時，海信電視的互聯網運營用戶規模也保持着內地市場第一。

電視出貨尺寸超三星索尼

據IHS統計數據顯示，2017年上半年，海信電視銷售額全球佔比為6.2%，其中4K電視全球出貨量佔比達到7.8%，位居全球第三位。2017年第二季度，全球液

晶電視平均出貨尺寸為42.2吋，而海信電視的平均出貨尺寸達到了47.9吋，超過三星和索尼，位居全球第一。

作為加快全球市場佈局的戰略部署，海信在2015年託管了「夏普」北美電視業務。此次收購東芝，亦是其國際化戰略的重要一環。

出席儀式的海信集團總裁、海信電器董事長劉洪新表示，收購後海信將整合雙方研發、供應鏈和全球渠道資源，快速提升市場規模，加快國際化進程。

港生赴浙江金華考察企業營運



■圖為「2017港澳聽眾聯誼會暨港澳媒體赴內地採訪」活動開幕式。吳婉玲攝

香港文匯報訊（記者 吳婉玲 浙江報道）由中央人民廣播電台對港澳節目中心主辦的「2017港澳聽眾聯誼會暨港澳媒體赴內地採訪」活動昨天舉行開幕式。活動安排港澳媒體及學生到訪浙江，了解浙江金華及金義都市新區的發展，以及多間企業的營運。

電子商務產業發展蓬勃

金華市委常委、宣傳部部長林丹軍在開幕式致辭時表示，金華的電子商務、視頻直播、網絡遊戲等產業蓬勃發展，是內地十大電子商務城市，每年超過10億個包裹從金華飛往全球。在剛剛結束的「雙11」當天，義烏寄出的快遞總計就達到2,058萬件。

金義都市新區規劃面積305平方公里，近期重點開發面積約50平方公里。產業定位為先進裝備製造業、電子商務及現代物流業、文化創意及旅遊業、現代都市農業。金華市金義都市新區管委會主任趙國榮介紹，金義都市新區建設的發展模式是先有義烏小商品市場、永康五金、東陽木雕等發展各具特色的衛星城，再把這些特色集中起來建浙江第四大都會。規劃1.79平方公里的金義綜合保稅區已封關運營，享受國家級的免稅、保稅、退稅、免證四大政策。

經濟學院鼓勵學生創業

金義網絡經濟學院在2014年開辦，是浙江省首個網絡經濟學院。金義網絡經濟學院院長方孝榮指，學院現在約有1,300名學生，分三個科目，包括物流、電子商務及新開辦的商務數據分析與應用。今年有約320名學生畢業。他表示，學院注重培養學生的實踐和創意，亦會為學生提供場地、電腦及貨源等資源，希望學生畢業後可自行創業。

在金義網絡經濟學院就讀電子商務大三的學生董妮妮，經營淘寶網店「貓少女特色零食屋」，主要售賣手工餅乾。店內亦有5、6個同樣是學生的工作人員。董妮妮說，「雙11」當天銷售額約5,000元（人民幣，下同），平時每天營業額則約2,000元至3,000元。

企業抓緊技術創新「走出去」

在深交所上市的鋁合金輪轂製造商今飛凱達坐落於金華。董事長葛炳灶表示，目前內地製造業面對兩大問題：一是隨着內地產品在海外競爭力越來越高，導致歐美貿易保護政策密集出台，造成影響；二是消費者對產品功能性要求越來越高，價格優惠已經效益不大。公司必須根據市場要求，抓住技術創新，達至創新自動化以提升競爭力。在「走出去」的佈局上，公司傾向與當地企業合資，當規劃好市場後才考慮獨資。

外匯佔款增近21億迎「兩連升」

香港文匯報訊（記者 倪麗晨 上海報道）中國央行數據顯示，10月外匯佔款環比增長20.98億元（人民幣，下同）至21.51萬億元，這是該數據連續第二個月環比上漲，且漲幅較9月的8.5億元進一步擴大。分析稱，人民幣匯率穩中微升、中國國際收支持續改善、匯市供求關係的基本平衡，及季節性購匯高峰的過去，

是外匯佔款連續兩個月改善的主因，預計年末外匯佔款有望繼續小幅改善。

申萬宏源債券首席分析師孟祥娟稱，美元指數在10月雖大幅上行1.5%，但當月人民幣匯率卻並未延續9月下旬的弱勢，相反穩中小幅攀升0.3%；另一方面，國慶長假後，隨着居民結匯、企業季節性購匯高峰的過去，購匯規

模開始下降，中國的國際收支正獲持續改善，有鑒於此，上月央行口徑外匯佔款有的環比繼續改善符合預期。

交銀金研中心高級研究員劉健指，上月以來人民幣兌美元匯率先升後貶，市場對人民幣匯率的預期也繼續分化，外匯市場供求延續基本平衡，市場主體對外投資融資行為亦更趨理性。此外，近



■央行數據顯示，10月外匯佔款連續兩個月上漲。

期中國央行基本已退出「常態化干預」，且歷年10月交易日為年內最少，這會在一定程度上拉低外匯佔款的波幅。

中國·永康五金指數

2017/11/12 期中國·永康五金市場交易周價格指數評析



一、五金市場交易周價格總指數概況

據監測，「中國·永康五金指數」五金市場交易周價格總指數上周（2017年11月6日至2017年11月12日）收於101.57點，較前一周小幅上升0.1個百分點。

二、五金市場交易主要分類商品指數簡況

上周，五金市場交易周價格指數，在十二個行業中，表現為八個行業指數小幅上漲，三個行業指數小幅回落、一個行業價格指數持平。「門及配件、五金工具及配件、日用五金電器、建築裝潢五金、機械設備、機電五金、電子電工、通用零部件」等行業不同程度上漲，其中「五金工具及配件」類上週價格指數漲幅居首，其價格指數為103.51點，環比上升0.42個百分點；「車及配件、耐用五金、安防產品」類行業小幅下降，其下跌幅度居首是「車及配件」，其價格指數為98.02點，環比下降0.25個百分點；「運動休閒五金」行業指數與前一周基本持平。據商戶反映，各地客商採購繼續增加，「五金工具及配件、通用零部件」市場銷售交易量局部震盪小升，市場行情走勢繼續順暢，預計下期五金城整體行情將呈震盪小升走勢。

三、五金市場交易分類商品周價格指數運行簡析

（一）五金工具及配件周價格指數，小幅上升

「五金工具及配件」上週價格指數收於103.51點，環比上漲0.42個百分點，漲幅值位居之首。「五金工具及配件」周價格指數的上漲主要是受該類別下類中的「其他五金工具」商品銷售價格環比上升的帶動，本周「其他五金工具」價格指數收於101.18點，環比上漲1.59個百分點。

（二）電子電工價格指數，小幅回升

「電子電工」上週價格指數收於102.75點，環比上升0.41個百分點，漲幅值位居第二。「電子電工」周價格指數的上升主要是受該類別下二級分類中「插座」周價格指數的影響，其上週價格指數收於104.1點，環比上漲2.75個百分點。

（三）機械設備周價格指數，繼續上升

「機械設備」上週價格指數收於100.60點，環比上漲0.28個百分點，漲幅值位居第三。該類別價格指數主要受其類別下二級分類中的「壓縮、分離設備」類商品價格指數帶動，周價格指數收於106.54點，環比上漲2.27個百分點。

（四）車及配件周價格指數，震盪運行

「車及配件」上週價格指數收於98.02點，環比下降0.25個百分點，跌幅值位居之首。該類別價格指數的下降主要受

其類別下二級分類中「滑板車及配件」類商品價格波動的影響，上週其價格指數收於94.8點，環比下跌0.76個百分點。

（五）耐用五金周價格指數，小幅回落

「耐用五金」上週價格指數收於102.31點，環比下降0.14個百分點，跌幅值位居第二。該類商品周價格指數的下降主要是受二級分類中的「灶具」價格波動的影響，上週其「灶具」價格指數收於100.90點，環比下降1.28個百分點。

（六）安防產品周價格指數，微幅下調

「安防產品」上週價格指數收於96.31點，環比下調0.03個百分點，跌幅值位居第三。該類商品周價格指數的波動主要因素是受二級分類中的「防盜裝置」價格下降的影響，其周價格指數收於97.02點，環比下跌0.07個百分點。

| 指數類型 | 本周指數 | 上周指數 | 漲跌幅(%) |
|---------|--------|--------|--------|
| 總價格指數 | 101.57 | 101.48 | 0.1 |
| 門及配件 | 100.88 | 100.83 | 0.05 |
| 車及配件 | 98.02 | 98.27 | -0.25 |
| 五金工具及配件 | 103.51 | 103.07 | 0.42 |
| 運動休閒五金 | 105.05 | 105.05 | 0.00 |
| 日用五金電器 | 101.39 | 101.02 | 0.37 |
| 耐用五金 | 102.31 | 102.45 | -0.14 |
| 建築裝潢五金 | 99.54 | 99.40 | 0.14 |
| 機械設備 | 100.60 | 100.32 | 0.28 |
| 機電五金 | 101.37 | 101.19 | 0.19 |
| 電子電工 | 102.75 | 102.33 | 0.41 |
| 通用零部件 | 103.07 | 102.94 | 0.13 |
| 安防產品 | 96.31 | 96.34 | -0.03 |

五金商品（分中類）交易價格指數漲跌幅前十位排名表

| 漲幅前十類商品(%) | 跌幅前十類商品(%) | |
|-------------|------------|-------|
| 1 插座 | 1 灶具 | -1.28 |
| 2 壓縮、分離設備 | 2 化工設備 | -1.14 |
| 3 其他五金工具 | 3 滑板車及配件 | -0.76 |
| 4 砂處理設備 | 4 工具車 | -0.72 |
| 5 文具/文具辦公用品 | 5 施工材料 | -0.47 |
| 6 模具 | 6 清理設備 | -0.42 |
| 7 美容器具 | 7 展覽器材 | -0.08 |
| 8 家用電器 | 8 防盜裝置 | -0.07 |
| 9 盆、盤 | 9 食品加工機械 | -0.05 |
| 10 氣動工具 | 10 廚房工具 | -0.03 |

製作單位：中國·永康五金指數編制辦公室
浙江中國科技五金城集團有限公司
網 址：http://www.ykindex.com/ http://www.ykindex.org.cn/
電 話：0579-87071566 傳 真：0579-87071567

中國科技五金城官方微信平台：
[QR Code]

第九屆中國(永康)國際門業博覽會
將於2018年5月26日—28日在浙江永康國際會展中心舉行
世界門都 合作共贏

滬地王項目首發外觀專利



香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）內地出現首家用知識產權來保護樓盤外觀的房企，日前，泰禾發佈了樓盤的十大外觀專利，用知識產權來避免設計被抄襲。值得一提的是，該樓盤為上海新江灣城地王項目，並由兩家大型房企共同開發。

此次發佈專利的樓盤名為「上海院子」，外觀具有中國古典建築之美，為泰禾在投入大量人力、物力，深入探究傳統建築後研發設計。因當今行業內存在不少樓盤設計抄襲現象，泰禾為保護心血之作，在院營造體系中取得的10大外觀專利，這也使得泰禾成為內地第一家用知識產權來保護樓盤設計的房企。

此次申請的專利中，包括院子系產品的主入口門頭、合院雙門頭、合院單門頭、樓王門頭、院門壁燈、樓王壁燈、樓王橫樑、橫樑、抱鼓石、門鉸等10大產品營造法。泰禾方面表示，創新和文化的意義已經超越房地產行業，希望其他房企能夠尊重知識產權，杜絕抄襲才能提升整個行業的質量和水平。

據了解，「上海院子」所在地為上海新江灣城在2015年的單價地王，當時信達以72.99億元（人民幣）拿下此地，溢價率高達81%。2016年，信達和泰禾同時宣佈共同開發該地王，為的就是優勢互補打造優秀產品，之後泰禾就將旗下中式建築風的院子系高端產品帶入。

不被照搬，在院營造體系中取得的10大外觀專利，這也使得泰禾成為內地第一家用知識產權來保護樓盤設計的房企。

引入中式建築風格
據了解，「上海院子」所在地

此次申請的專利中，包括院子系產品的主入口門頭、合院雙門頭、合院單門頭、樓王門頭、院門壁燈、樓王壁燈、樓王橫樑、橫樑、抱鼓石、門鉸等10大產品營造法。泰禾方面表示，創新和文化的意義已經超越房地產行業，希望其他房企能夠尊重知識產權，杜絕抄襲才能提升整個行業的質量和水平。

據了解，「上海院子」所在地為上海新江灣城在2015年的單價地王，當時信達以72.99億元（人民幣）拿下此地，溢價率高達81%。2016年，信達和泰禾同時宣佈共同開發該地王，為的就是優勢互補打造優秀產品，之後泰禾就將旗下中式建築風的院子系高端產品帶入。

不被照搬，在院營造體系中取得的10大外觀專利，這也使得泰禾成為內地第一家用知識產權來保護樓盤設計的房企。

引入中式建築風格
據了解，「上海院子」所在地

此次申請的專利中，包括院子系產品的主入口門頭、合院雙門頭、合院單門頭、樓王門頭、院門壁燈、樓王壁燈、樓王橫樑、橫樑、抱鼓石、門鉸等10大產品營造法。泰禾方面表示，創新和文化的意義已經超越房地產行業，希望其他房企能夠尊重知識產權，杜絕抄襲才能提升整個行業的質量和水平。

據了解，「上海院子」所在地為上海新江灣城在2015年的單價地王，當時信達以72.99億元（人民幣）拿下此地，溢價率高達81%。2016年，信達和泰禾同時宣佈共同開發該地王，為的就是優勢互補打造優秀產品，之後泰禾就將旗下中式建築風的院子系高端產品帶入。

胡潤：內地富豪好酒比例增

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）胡潤研究院昨發佈內地高淨值人群酒類消費報告，顯示富豪對於「品酒」這一愛好上升度驚人，他們對酒類的愛好導致高端酒市場中出現新的格局，目前威士忌受青睞度大漲，而干邑偏好感度連續

酒類中，紅酒佔比51%排第一，白酒以23%居第二，威士忌成為新起之秀，以22%排第三，並以連續兩年20%以上的增長率成為洋酒品類增幅榜的第一名。

值得一提的是，曾經受到青睞的干邑，受偏好感度反而有所下降，2016年同比下降25%，2017年繼續下降了12%，成為跌幅最大的洋酒品類。

報告顯示，越來越多的內地富豪人，他們對酒類的愛好導致高端酒市場中出現新的格局，目前威士忌受青睞度大漲，而干邑偏好感度連續