

全球智能手机出货量连续下滑

□本报记者 杨洁 实习记者 张兴旺

多家调研机构公布的智能手机出货量数据显示,全球智能手机出货总量连续三个季度同比下滑;2018年第二季度全球智能手机出货量3.42亿台,同比下滑1.8%。根据前十大智能手机品牌出货量榜单,华为首次超越苹果,成为全球出货量第二的智能手机品牌。

整体市场偏弱

据IDC统计数据,二季度全球智能手机出货量总体同比下滑1.8%。中国、欧美等市场需求增长乏力。Counterpoint提供的数据显示,今年二季度,中国市场智能手机出货量同比下滑7%,跌幅超过全球平均水平。自2017年第三季度以来,中国市场智能手机出货量连续四个季度下滑。群智咨询指出,这主要在于经济环境偏弱、运营商补贴减弱、高保有量以及手机均价上涨等因素影响。国内消费者换机周期延长至约31个月。

市场集中度提升明显。数据显示,二季度,前十大智能手机品牌占据全球智能手机市场79%份额,另外600多家智能手机品牌在剩余的21%市场空间拼杀。

值得注意的是,前十大智能手机品牌榜单中仍有新玩家进入。成立于2016年12月的芬兰公司HMD,是诺基亚的独家品牌授权方,其以782%的同比增速二季度实现450万台出货量,位居榜单第九位。

华为出货量超越苹果

第二季度,华为凭借5420万台出货量、41%的同比增速,一举超越了苹果,成为仅次于三星的全球第二大智能手机出货品牌。Canalys分析师表示,这是七年来三星、苹果占据全球智能手机排行前两名的格局首次被打破。

三星继续领跑各大手机品牌。第二季



视觉中国图片

度,三星手机全球出货7080万台,同比大幅下降11%。今年第二季度,三星实现营收58.48万亿韩元(约523亿美元),同比下滑4.13%,结束了连续六个季度的涨势。主要在于智能手机和显示屏业务营收同比下滑。

二季度,苹果手机出货4130万台,同比微增1%。2018年第三财季(即2018年第二自然季度),iPhone销量微增,贡献了苹果58%的营收,达到299.06亿美元,比去年同期的248.46亿美元增长20%。

在中国市场,Counterpoint的数据显示,2018年二季度,华为在中国市场的智能手机出货量同比大增22%,占据26%的中国市场份额,排名第一。OPPO的智能手机出货量同比下滑了9%、vivo下滑1%、小米下

滑10%、苹果与上年同期持平,分列中国市场份额的二、三、四、五位。

全球市场方面,小米手机出货量同比增速亮眼。二季度,小米手机实现出货达3300万台,同比增长43%。OPPO和vivo出货分别为2960万台和2600万台。二季度,中国四大品牌(华为、小米、OPPO、vivo)智能手机出货量达1.43亿台,超过了苹果和三星两大品牌1.13亿台出货总量。

供应链公司业绩向好

虽然全球智能手机市场呈现低迷态势,但智能手机的持续创新仍然带动部分产业链公司业绩向好。“整体创新不足,创新主要体现在外观上。例如,手机3D玻璃、陶瓷、双摄像头的采用带来外观变化。”第一手机

程车等需求走低;其次,牵引车细分市场由于公路运价低迷仍没有起色,继续抑制新车购置需求;此外,部分重卡企业上半年冲量,对下半年渠道经销商和市场带来一定压力。

行业集中度提升

重卡成为汽车污染防治重点。根据《打赢蓝天保卫战三年行动计划》,2019年7月1日起,重点区域、珠三角地区、成渝地区提前实施机动车国六排放标准。上海、深圳、天津等城市提前出台实施国六排放标准政策。长江证券指出,全国范围国Ⅲ重卡更新有望加速展开。到2020年底前,京津冀及周边地区、汾渭平原淘汰国Ⅲ及以下排放标准营运中型和重型柴油货车100万辆左右。

主要生产商销量方面,一汽解放7月销售重卡1.4万辆,同比下降38%;东风集团销售1.55万辆,同比增长2%;中国重汽销售1.3万辆,同比下降19%;陕汽集团销售1万辆,同比下降29%;北汽福田销售9500辆,同比增长5%;上汽红岩销售5000辆,同比增长42%。

1—7月,一汽解放销售17.90万辆,增长16%,占市场份额23.9%;东风集团销售13.59万辆,增长8%,占市场份额18.1%;中国重汽销售12.3万辆,增长6%,占市场份额16.4%;陕汽集团销售10.91万辆,增长7%,占市场份额14.6%。

对于7月份的重卡销量出现拐点,分析人士认为,首先,市场进入淡季,物流车和工

物制品(1—5类)及第三类医疗器械等重大药械项目,对临床前研究按研制费用的20%予以补助,对临床试验按研制费用的10%予以补助,单个项目补助总额最高1000万元。

此外,浙江省政府出台《促进杭州市生物医药产业创新发展的实施意见》,计划到2022年,将杭州初步建成国内领先的生物医

界研究院院长孙燕飏对中国证券报记者表示,蓝思科技、三环集团、丘钛科技、欧菲科技等公司将受益。

蓝思科技预计上半年归属于上市公司股东的净利润为4.35亿元—4.98亿元,同比增长40%—60%。对于业绩增长的原因,蓝思科技表示,上半年,华为、OPPO、vivo、小米等各大国产品牌发布并量产了多款中高端新机型。其中,多款手机采用了前后盖双面玻璃、3D曲面玻璃的外观设计,对公司产品提出了大量需求。报告期内,公司配合各大品牌客户进行新技术、新材料、新工艺、新设备等研发试制,为下半年生产旺季做准备,投入了大量研发费用。同时,公司收到了客户支付的较大数额的研发收入。非经常性损益对当期净利润的影响约为85914.57万元。

陶瓷外观件产品受到各大智能手机终端品牌关注。三环集团主要从事电子陶瓷类电子元件及新材料的研发、生产和销售。公司的手机陶瓷外观件已应用于多款手机品牌的旗舰机型,并获得较高的市场评价。三环集团表示,在消费升级的引领下,智能手机终端的差异化竞争日趋激烈,外观和材质创新成为新的升级点。

业绩方面,三环集团预计上半年归属于上市公司股东的净利润为5.37亿元—5.80亿元,同比增长25%—35%。手机陶瓷外观业务对三环集团业绩提升起到了拉动作用。

智能手机面板方面,根据群智咨询的数据,上半年全球智能手机面板出货9.3亿片,同比下滑1.7%。不过,AMOLED面板凭借其显示性能和在全面屏与异形屏领域的领先优势,逐渐成为各品牌旗舰手机的主流配置。根据CINNO的数据,中国目前最大的AMOLED面板供应商是维信诺,2018年上半年出货量380万片。公司预计上半年实现归属上市公司股东的净利润1500万至2500万元,同比增长115.32%至125.54%。

太平洋证券指出,重点区域提前实施国六,这些地区将出现提前购买的情况;后处理产业将迎来爆发式增长。如柴油车尾气排放处理DPF技术,未来几年市场规模将从十亿级提高到百亿级别,选择性催化还原系统SCR行业将迎来高速增长期。环保技术门槛提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。东北证券分析师认为,销量有所波动,但重卡保有量处于上升通道,成长性大于周期性。未来重卡保有量将继续上升,新增需求会依然存在。加之工程重卡的更新需求,未来三年重卡行业都维持在100万辆以上的水平。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

东北证券分析师认为,销量有所波动,但重卡保有量处于上升通道,成长性大于周期性。未来重卡保有量将继续上升,新增需求会依然存在。加之工程重卡的更新需求,未来三年重卡行业都维持在100万辆以上的水平。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

土地流标数量增加明显

□本报记者 董添

今年以来,北上广深一线城市经营性土地拍卖流标13宗,超过2017年同期的3倍;二线城市流标154宗,同比上涨一倍;三四线城市流标629宗,远超往年全年总和。上述流标数量创下近年新高。业内人士指出,土地流标数量增加主要与转让价格较高、土地属性复杂有关。此外,房企资金紧张,拿地积极性不高也是一大因素。

占比总量较低

中原地产研究院最新数据显示,在上述一线城市流标的13宗土地中,7宗在北京,5宗在广州,1宗在深圳。流标的13宗土地规划建筑总面积为133.42万平方米,起始总价为285.14亿元。流拍楼面均价为2.141万元/平方米,流拍土地均价为4.96万元/平方米。数据显示,2017年同期,一线城市经营性土地仅流标4宗;2016年全年,一线城市仅流标5宗。今年以来,一线城市流标量创下近年来新高。

二线城市方面,今年以来,经营性土地共流标154宗,规划建筑面积为1600.69万平方米,起始总价为548.77亿元,流拍楼面均价为3825.8元/平方米,流拍土地均价为7405.95元/平方米。相比2017年同期的77宗数量翻了一倍;2016年全年流标量仅为154宗。

三四线城市方面,经营性土地流标量达到629宗,起始总价为663.99亿元。规划建筑面积达4855.57万平方米,流拍楼面均价为1484.17元/平方米,流拍土地均价为3280元/平方米。2017年同期,流标量只有284宗;2016年全年,三四线城市流标量仅为272宗。

整体看,在土地出让金额刷新纪录的背景下,流标土地占比总量仍然较低。

多因素导致

中原地产首席分析师张大伟表示,相对而言流标土地配建复杂,地块非热门区域。以北京流标的住宅土地为例,地块处于远郊区,而且地块有多重复杂的属性,导致房地产企业拿地意愿不够强烈。另外,部分地块挂牌价格过高。此外,流标增多与企业资金紧张存在关系。房企资金压力大,对非优质地块的积极性降低。

目前,全国限售城市扩大到80个,调控政策仍在升级加码。尤其对近期房价依然上涨的城市。更多三、四线甚至热点城市周边的区县也加入进来,内容从限购、提高房贷利率到限价、限售等。

诸葛找房首席分析师陈雷对中国证券报记者表示,土地价格上涨较快,为了避免土地溢价率高,土地起拍价较高,使得小企业拿地难度增大。另一方面,随着市场热度的逐渐下降,房企回款减慢,加之融资难度大,流动资金骤减,拿地积极性不高,导致土地流拍增加。

中油工程海外签21亿元大单

□本报实习记者 李琦蕊

8月1日晚,中油工程公告,其下属子公司中国石油管道局工程有限公司(简称“管道局工程公司”)与阿曼储油罐终端贸易有限公司(OTTCO)就阿曼拉斯玛卡兹原油储罐项目1.1.1和1.1.2工作包正式签署EPC总承包合同,合同总金额约3.21亿美元(约21.78亿元人民币)。

中油工程称,由于合同履行期较长,该合同实施后将对公司未来2年的营业收入和利润总额产生一定积极影响。

管道局工程公司为中油工程全资子公司,OTTCO公司为阿曼石油公司的子公司,是上下游一体化的石油公司,主营业务包括原油存储、运输、炼油、原油进出口等。本次合同标的阿曼拉斯玛卡兹原油储罐项目主要包括单点系泊、海底汇管、陆上管线、淡水净化、污水处理、场站土建、工艺安装及其附属设施等,项目工期为28个月。管道局工程公司将承担该等工作包的设计、采购、施工、运行和培训等工作。

中粮置地广场开业

□本报记者 董添

8月1日,中粮集团旗下旗舰商业地产项目中粮置地广场正式开业并入驻租户。中粮置地广场总经理张大全表示,将持续深入提升运营服务品质,打造行业和中粮置地写字楼产品线标杆。

中粮集团副总裁、中粮地产兼大悦城地产董事长周政表示,中粮集团努力做城市内容运营商,融入城市发展之中,以期搭建产城融合、职住一体的城市承载平台。

□本报记者 崔小粟

根据第一商用车网消息,今年7月,国内重卡市场共约销售各类车型7.7万辆,同比下降15%。7月份成为近5个月以来销量首次下降的月份。业内人士指出,经历了上半年的高位增长,重卡市场开始步入淡季,8月份市场或加速下滑。但总体销量将保持平稳,预计今年销量仍将超过100万辆。

市场进入淡季

7月,国内重卡市场销售各类车型7.7万辆,环比下降31%,同比下降15%。今年1—7月,重卡市场累计销售74.88万辆,同比增长11%。

主要生产商销量方面,一汽解放7月销售重卡1.4万辆,同比下降38%;东风集团销售1.55万辆,同比增长2%;中国重汽销售1.3万辆,同比下降19%;陕汽集团销售1万辆,同比下降29%;北汽福田销售9500辆,同比增长5%;上汽红岩销售5000辆,同比增长42%。

1—7月,一汽解放销售17.90万辆,增长16%,占市场份额23.9%;东风集团销售13.59万辆,增长8%,占市场份额18.1%;中国重汽销售12.3万辆,增长6%,占市场份额16.4%;陕汽集团销售10.91万辆,增长7%,占市场份额14.6%。

对于7月份的重卡销量出现拐点,分析人士认为,首先,市场进入淡季,物流车和工

物制品(1—5类)及第三类医疗器械等重大药械项目,对临床前研究按研制费用的20%予以补助,对临床试验按研制费用的10%予以补助,单个项目补助总额最高1000万元。

此外,浙江省政府出台《促进杭州市生物医药产业创新发展的实施意见》,计划到2022年,将杭州初步建成国内领先的生物医

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

国际先进技术,进行消化吸收再提高,突破提纯、质量控制等关键技术。

7月9日,安徽省政府办公厅出台《支持现代医疗和医药产业发展若干政策》,对全省医疗、医药产业的发展指明了方向,鼓励创新药发展,对在安徽省生产的中药新药(1—4类)及中药经典方二次开发、化学药新药(1—2类),具有新药证书的生

物制品(1—5类)及第三类医疗器械等重大药械项目,对临床前研究按研制费用的20%予以补助,对临床试验按研制费用的10%予以补助,单个项目补助总额最高1000万元。

此外,浙江省政府出台《促进杭州市生物医药产业创新发展的实施意见》,计划到2022年,将杭州初步建成国内领先的生物医

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。

环保持续提升,有助于市场份额向龙头企业集中。分析人士认为,这对研发实力较强的大企业而言是机遇,而对小企业面临挑战,行业集中度提升将成趋势。