

发布六大创新产品

华为云跻身全球“五朵云”

4月25日，在华为开发者大会2021上，华为常务董事、华为云CEO、消费者业务CEO余承东表示，在公有云IaaS市场上，华为云已经做到中国第二、全球前五，成为全球“五朵云”之一。

会上，余承东发布了华为云CCE Turbo云容器集群、华为云盘古系列大模型等六大创新产品。华为宣布将在2021年向“沃土计划2.0”投入2.2亿美元，包括全新发布的“沃土云创”计划以及鲲鹏众智计划和昇腾众智计划等，围绕华为云、鲲鹏和昇腾持续推动产业生态发展。

●本报记者 张兴旺



视觉中国图片 制图/王建华

全面云化不可阻挡

4月25日，“华为开发者大会2021”在深圳召开，这是余承东以华为云CEO身份首次公开亮相为大型活动。

在本次开发者大会上，余承东介绍了华为云2020年的发展情况。华为云在云服务市场份额增速第一，鲲鹏/昇腾增长600%，存储中国市场份额第一，伙伴应用与认证解决方案9000多个，开发者达240万人，合作伙伴超2万家。

目前，华为云已经跻身全球“五朵云”。市场研究机构Gartner数据显示，2020年，亚马逊、微软、阿里排名全球公有云IaaS市场份额前三，市场份额分别为40.8%、19.7%、9.5%。华为云市场份额为4.2%，排名第五。

从中国市场来看，4月22日，IDC发布报告显示，2020年第四季度中国公有云IaaS市场规模为34.9亿美元，阿里以40.6%的市场份额排名第一，华为与腾讯并列第二，市场份额均为11%。

余承东认为，全面云化已不可阻挡，云一定是ICT（信息通信技术）产业的未来，是每一个企业数字化转型的底座。在发布会上，余承东发布六大创新产品：华为云CCE Turbo云容器集群、CloudIDE智能编程助手、Gauss-

DB（for openGauss）数据库、可信智能计算服务TICS、华为云盘古系列大模型（包含全球最大规模的中文NLP大模型及CV大模型等）、多样性计算基础软件。

启动“沃土计划2021”

华为希望进一步利用软件能力的提升来减少对芯片的需求和依赖，同时提升产品的竞争力。因此，华为云在华为业务中将扮演非常重要的角色。

早在2020年11月，华为总裁任正非指出：“阿里云、腾讯云、AWS（亚马逊云）推出越来越多的软硬件融合的设备，华为的优势在硬件，我们要加强软件、应用生态，不应放弃硬件给华为云带来的优势。”

任正非说：“我们全力以赴抓应用生态建设，像亚马逊一样建立大生态。没有应用，华为云就可能死掉。”

华为Cloud BU总裁、华为消费者云服务总裁张平安表示，华为云的目标是要成为智能世界的黑土地。如果没有

开发者，黑土地将是一片荒芜，华为一直致力于赋能开发者。

4月25日，华为宣布2021年将向“沃土计划2.0”投入2.2亿美元，包括发布“沃土云创”计划以及鲲鹏众智计划和昇腾众智计划等。张平安表示，华为云“沃土云创”计划将投入1亿美元，重点赋能SaaS和ISV伙伴，提供云资源、技术赋能和商业推广支持，覆盖容器/微服务、SaaS化、大数据、AI、视频、智能边缘六大技术领域。

满足客户需求

今年以来，华为云计算业务架构多次调整。公开报道显示，4月9日，华为内部发文任命徐直军为华为云董事长，余承东为华为云CEO。

4月12日，在2021华为全球分析师大会上，华为轮值董事长徐直军表示：“我们认为云的核心是软件，希望以此强化软件方面的组织，使得它和硬件解耦。同时加大投资，更好地面向未来，实现软件产业的成长。”

徐直军称：“我们强化华为云BU的定位，事实上是我们公司强化软件投资的一个举措。华为云更多的投资在软件，有自己产业的规律，我们希望它更加独立一点，放开手脚去发展，来提高软件和服务在华为整个收入的占比。”

4月25日，张平安在回答媒体提问时表示，华为云的进步非常快，未来不是第一、第二、第三，对华为云并不重要。华为云进入一个行业，要更好地满足客户上云的诉求，满足其未来发展的需求。希望华为云更加沉下心来，不要在乎所有的名次。华为云更关注做好技术。“如果满足了客户需求，一切都会水到渠成的。”

华创证券认为，华为云快速崛起后，头部公司更为拥挤。华为与阿里、腾讯等在云计算领域的供应链上有较大区别，华为自给自足率更高，尤其是硬件端，这部分会放大设备厂商与云计算行业实际增长之间的出入。华为云更主要面向传统企业端，这部分可以作为国内企业对云接受程度的风向标。

蓝思科技去年净利为48.96亿元 同比增长98.32%

●本报记者 张兴旺

4月25日晚，蓝思科技发布2020年年度报告。2020年，公司实现营业收入369.39亿元，同比增长22.08%；归属于上市公司股东的净利润为48.96亿元，同比增长98.32%；经营活动产生的现金流量净额为75.80亿元，同比增长4.55%；基本每股收益1.12元，同比增长80.65%。

蓝思科技表示，2020年，公司充分发挥优质客户资源、产品资源、供应链垂直整合、智能制造等核心竞争优势，及时满足了下游客户大量、高质、顺利交付需求，进一步赢得了客户的信任与支持，市场资源进一步向公司聚集。

业绩高增长

对于蓝思科技2020年业绩高增长，中金公司认为，主要得益于苹果业务高景气度。2020年上半年的iPhone SE2、2020年下半年的iPhone 12均表现强劲，尤其是iPhone 12超瓷晶面板量价齐升趋势明显；iPad、Apple watch等也有不错表现。蓝思科技近年来加大智能制造、精益生产力度，获利能力稳步上行。

蓝思科技表示，报告期内，公司各类产品产销两旺，合计生产量14.16亿件，同比增长25.64%；合计销售量13.57亿件，同比增长19.02%。公司经营业绩较上年同期大幅增长，不但圆满完成了全年经营目标，实现了连续多个季度的高效、高质量发展，而且为未来五年公司在消费电子及汽车电子领域零部件及组装业务的垂直整合一体化新发展奠定了坚实基础。

2020年，蓝思科技研发投入为14.42亿元，较上年同期有所下降。蓝思科技表示，主要因为公司优化研发模式，精准研发；公司与客户成立联合研发中心，研发费用分摊模式发生变化。报告期内，公司新申请专利165件。其中，发明专利26件，实用新型专利109件，外观设计专利30件。截至报告期末，公司已获得专利授权1756件。其中，发明专利196件，实用新型专利1414件，外观设计专利119件，涵盖加工工艺、产品检测、设备开发、新型材料等多个领域。

拓展增长点

蓝思科技称，垂直整合战略的推进在2020年收获了丰硕成果。公司在报告期内成功收购整合了消费电子金属机壳加工及组装企业可胜科技（泰州）有限公司、可利科技（泰州）有限公司（正在合并为蓝思精密（泰州）有限公司）各100%股权，使公司加快实现了为客户提供更完善的产品组合的中长期目标，大幅提升公司的行业地位，为公司进一步扩大营收、增强盈利能力增添新动力。

2020年，蓝思科技还定增募资150亿元扩建消费电子、智能穿戴业务产能等。在年报中，蓝思科技表示，在智能汽车领域，电子化、新能源化、轻量化成为汽车行业的发展趋势，带来了车载触控显示面板、新型B柱、新型汽车玻璃、充电桩等新市场机遇，行业处于高速发展阶段。

蓝思科技表示，展望下一个五年，公司将以现有综合性平台为基础，继续将更多的解决方案能力丰富到平台中来，并继续向上游提高化工、刀具、抛光、模切、研磨切削、印刷、包材等原材料的自制比例；通过工业互联网和大数据在各个园区推广应用，提高效率和良率，节约人工成本；积极向下游更广泛的智能终端市场纵深发展，将公司的玻璃、金属、蓝宝石、陶瓷、塑胶、触控、组装等各类产品与服务向客户大力推广应用，打开创新型产品在智能汽车市场的空间，扩大公司对智能汽车、智能穿戴、智能家居家电、医疗设备等行业的销售规模，不断拓展新的增长点。

东方盛虹拟收购斯尔邦全部股权或控股权

●本报记者 张兴旺

东方盛虹4月25日晚发布公告称，公司正在筹划通过发行股份及支付现金方式购买江苏斯尔邦石化有限公司（简称“斯尔邦”）全部股权或控股权，并募集配套资金（简称“本次交易”）。根据《上市公司重大资产重组管理办法》等相关法律法规规定，本次交易预计构成重大资产重组，同时构成关联交易，但不构成重组上市。

拟收购斯尔邦

公告显示，斯尔邦成立于2010年12月，注册资本为55.88亿元。东方盛虹称，本次重组的交易对方为斯尔邦全部或部分股东。公司已与斯尔邦控股股东盛虹石化集团有限公司（简称“盛虹石化”）签署了《合作框架协议》。东方盛虹拟以发行股份及支付现金方式收购斯尔邦全部股权或控股权。盛虹石化同意本次交易且将尽力协调斯尔邦其他股东持有斯尔邦的全部股权转让至东方盛虹。

东方盛虹表示，因有关事项尚存不确定性，为了维护投资者利益，避免对公司股价造成重大影响，根据深交所的相关规定，经公司申请，公司股票及可转换公司债券自4月26日开市时起开始停牌。

东方盛虹称，公司预计在不超过10个交易日的时间内披露本次交易方案，即在5月13日前按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第26号—上市公司重大资产重组》的要求披露相关信息。

东方盛虹表示，若公司未能在上述期限内召开董事会审议并披露交易方案，公司证券最晚将于5月13日开市起复牌并终止筹划相关事项，同时披露停牌期间筹划事项的主要工作、事项进展、对公司的影响以及后续安排等事项，充分提示相关事项的风险和不确定性，并承诺自披露相关公告之日起至少1个月内不再筹划重大资产重组事项。

一季度业绩向好

东方盛虹的主要业务包括民用涤纶长丝的研发、生产和销售以及PTA、热电的生产、销售等。2020年，东方盛虹实现营业收入227.77亿元，同比下降8.48%；归属于上市公司股东的净利润为3.16亿元，同比下降80.40%。

东方盛虹表示，本期业绩下滑主要系2020年蔓延全球的新冠肺炎疫情，化纤石化行业下游需求下降明显，叠加石油价格剧烈波动的影响，行业景气度下滑，公司产品和原材料价差收窄，盈利空间被压缩。

东方盛虹称，2021年一季度，化纤石化行业下游需求明显改善，叠加原油价格上涨的影响，行业进入复苏周期，景气度上升。东方盛虹预计一季度归属于上市公司股东的净利润为5亿元至6.6亿元。

东方盛虹表示，一季度公司生产经营进一步改善，港虹纤维20万吨差别化功能性化学纤维项目以及中鲈科技年产6万吨PET再生纤维项目于2020年下半年建成投产，因此一季度同比增加了利润贡献。3月初，公司年产240万吨PTA产能也顺利投产，目前公司PTA总产能达到390万吨。

“自制力”优势突出

芒果超媒2020年净利同比增逾七成

●本报记者 段芳敏

4月25日晚，芒果超媒同时披露2020年年报和2021年一季度报。2020年，芒果超媒恪守内容为王，以高门槛长视频作为核心业务，持续发挥内容自制优势，内容创新屡创佳绩，稳步提升芒果TV运营效能，优化收入结构，全产业链上下游业务协同发展，净利润较上年同期增长逾七成。同时，公司2021年一季度业绩延续增长态势，迎来“开门红”。

会员数量高速增长

芒果超媒2020年年报显示，报告期内，公司实现营业收入140.06亿元，同比增长12.04%；实现归属于上市公司股东的净利润19.82亿元，同比增长71.42%。其中，芒果TV会员、广告、运营商等各项业务继续保持稳健、快速增长，其运营主体快乐阳光实现营业收入100.03亿元，同比增长23.36%；实现净利润17.75亿元，同比增长83.17%。

“自制力”仍是芒果超媒的突出优势。年报显示，2020年芒果TV上线了超过40档自制综艺，新创节目表现优异，综N代不断升级，持续筑牢内容“护城河”。其中，《乘风破浪的姐姐》《朋友请听好》《密室

大逃脱（第二季）》等综艺节目火爆全网；《乘风破浪的姐姐》播放量超51亿次，成为现象级作品，且广告客户数超40家，在影响力和广告收入上取得了双丰收。

影视剧方面，2020年芒果超媒坚持“自建工作室+外部战略合作”的发展策略，报告期内，芒果TV共上线57部重点影视剧，包括《下一站是幸福》《以家人之名》《隐秘而伟大》等有影响力的热门剧目。

业内人士认为，凭借优秀的制作团队和创新能力，芒果超媒的爆款自制内容将会源源不绝，持续为公司吸引新用户并构建坚实的内容壁垒。

同时，芒果超媒表示，2020年公司强化智能中台建设，实现组织管理的转型升级和业务流程的提质增效，多屏融合、广告、会员、运营商各业务板块形成合力。

年报显示，2020年芒果TV通过丰富内容矩阵，获取更多元的用户。截至2020年底，芒果TV有效会员数达3613万个，同比增长96.68%。报告期内，公司会员收入达32.55亿元，同比增长92%；广告收入达41.39亿元，同比增长24%；运营商收入达16.67亿元，同比增长31%。

4月25日晚，芒果超媒同时发布2021年一季度报，公司2021年迎来“开门红”。报告期内，公司实现营业收入40.09亿元，同

比增长47%；实现归属于上市公司股东的净利润7.73亿元，同比增长61.18%。

天风证券研报认为，面向2021年，芒果超媒仍处于发展的快车道。内容方面，芒果TV2021年内容储备丰富，整体内容体量将会有大幅增长，尤其在剧集上值得期待。

注重社会责任

同日，芒果超媒也发布了“CSR+ESG”双报告。其中，ESG报告系芒果超媒首次发布。芒果超媒董秘吴俊表示，除财务指标之外，公司也力争通过“CSR+ESG”框架来展现综合竞争实力及内在价值，这也是公司推进高质量发展的重要举措。

芒果超媒相关负责人介绍，2020年，芒果超媒以“主力军挺进主阵地”的政治自觉，以系列有亮点、有新意、有深度的主题宣传和主旋律作品，实现了主流价值的高效传播，让正能量成为大流量。

报告显示，2020年，芒果TV围绕“小康”“扶贫”“疫情防控”“全国两会”“党的十九届五中全会”“纪念抗美援朝70周年”等主题，在全平台完成87个重点项目宣传，累计上传12.56万条新闻视频，完成75场主流宣传直播活动。同时，推出

历史人文纪录影片《中国》以及《中国出了个毛泽东》《闪耀的平凡》等，让芒果TV成为主流价值观的传播者、青年文化的引领者及国民精神的塑造者。

面对新冠肺炎疫情，2020年芒果超媒充分发挥新媒体优势，营造万众一心阻击疫情的舆论氛围。报告显示，芒果TV第一时间启动疫情防控宣传一级响应，打造多渠道报道矩阵，上线“防控新型冠状病毒感染的肺炎疫情”等专题，制作原创防疫宣传短视频，24小时循环播放，日均触达用户3000万个，累计推广资源价值达10亿元，在主流宣传上凝聚众志成城、共克时艰的强大能量，获得国家广电总局发文点赞。

此外，在决战决胜脱贫攻坚中，芒果扶贫“云超市”通过创新电商营销模式，构建“主流媒体+电商”的公益助农平台，帮助特色农产品销往全国，入选“2020中国新媒体扶贫十大优秀案例”；芒果TV《乘风破浪的姐姐》扶贫直播带货活动也有力助销湖南省10县城扶贫美食，有效缓解疫情之下农产品滞销燃眉之急。

据介绍，由于芒果超媒2020年在社会责任、综合发展等方面成绩显著，公司被授予“湖南省省长质量奖”，成为湖南省内首家获此殊荣的互联网企业。