上半年国内彩电零售量同比下降7.3%——

市场低迷倒逼彩电业上高端

经济日报·中国经济网记者 周 雷

透视

上半年，由于上游面板持续涨价，加上前期消费透支、互联网红利消退以及需求不振等多重因素共同作用，彩电业日子不好过，全年负增长几成定局。展望未来，彩电业唯有加快供给侧结构性改革，瞄准大屏、高端市场发力，摒弃同质化、价格战的传统竞争方式，方能应对市场严酷挑战。下半年，面板涨价趋势有望回落，加上行业推进“汰旧换优”活动，彩电业前景可期，具有竞争优势的彩电企业有望赢得消费升级新机遇

今年彩电业日子不好过。上半年，国内彩电市场遭遇寒流，彩电销量出现负增长，上游面板持续涨价加大了成本压力，彩电整机企业处境艰难、效益低下。面对重压，彩电品牌走势分化，竞争力较弱的企业颓势明显；骨干企业则稳中求进，结构调整取得了明显成效。

业界普遍认为，今年全年彩电业负增长几成定局，但彩电业前景依然光明。行业推进的“汰旧换优”活动有望释放市场潜力，企业加速实施创新驱动战略，有望赢得消费升级新机遇。

下行压力加大

市场机构奥维云网日前发布的《2017中国彩电市场半年度总结报告》显示，今年上半年，国内彩电零售量规模为2181万台，同比下降7.3%；零售额740亿元，同比增长4.3%。

彩电市场呈现高位盘整态势，彩电内销量下滑，主要是受消费透支、房地产调控、缺少重大体育赛事支撑等综合因素影响。去年，彩电业依靠低价促销撬动市场，推高了当年销售规模，但也在一定程度上透支了消费需求，其后续影响逐步显现。随着互联网红利消退，线上市场情况也不乐观。上半年，线上彩电零售量为768万台，市场占比为35%，较去年同期下降了1个百分点。

相对于去年的增量不增收，今年上半年彩电业呈现减量增收景象，这表明彩电价格上涨带动了销售额增长。尽管如此，彩电整机企业依然高兴不起来，毕竟上游面板涨价势头很猛。

奥维云网监测显示，此轮面板涨价潮自2016年4月份开始，一直持续到2017年5月份，历时14个月，是面板历史上最长的一次涨价过程。受面板涨价影响最大的是中小尺寸液晶电视产品，特别是40英寸和43英寸产品，6月份这两个尺寸的FHD整机销售均价分别上涨了20%和18%。

“由于面板价格涨幅高于整机，彩电企业利润普遍下滑，行业净利润估算不足1%，低于去年同期约1.5%的水平。”中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋举例说，今年6月份销量最大的55英寸电视，4K UHD面板均价同比增长19%，但整机均价却下降了1.5%；销量第二的32英寸电视，HD面板均价同比增长26%，整机均价仅增长13%。

由于我国彩电业集中度不高，加上互联网彩电品牌大量涌入，市场更显拥挤，同质化竞争不断压低行业利润，企业很难消化面板上涨成本，生产经营难度加大。

“彩电业价格战结出‘苦果’。”奥维云网黑电事业部总经理翁振华表示，2016年彩电行业共开展18次不同规模的促销，较2015年增加了6次。低价作为彩电业促销的利器，已将消费者的价格预期拉低。

争夺大屏高地

面对重压，彩电市场品牌格局发生了新变化。上半年，国内传统彩电品牌市场份额为69.1%，较去年下降0.3个百分点；互联网品牌的份额为12.0%，较去年下降4.0个百分点；外资品牌的份额为18.9%，较去年上升4.3个百分点。

外资品牌份额提升，体现在高端市场的竞争力，也与富士康收购夏普后充分发挥上下游一体化优势直接相关。互联网品牌的滑坡，特别是领头羊乐视因资金链问题陷入危机，说明不计代价的跑马圈地已难以为继。

“行业应该坚持价值竞争，摒弃同质化、价格战的竞争方式。”彭健锋分析指出，入门级市场主要以冲销量规模、占领家庭互联网入口为目的，价格竞争较为惨烈，难以获取正常利润。随着中等收入群体崛起，质量好、服务好、设计好、体验好、更健康的产品受到市场欢迎，且盈利能力较强。

“彩电市场对大屏的需求不断提升，尺寸增长持续成为彩电升级主旋律。”翁振华介绍说，上半年彩电零售市场上，55英寸彩电的份额增长最快，同比增长7个百分点，份额达28.8%。65英寸及以上大尺寸成为品牌商的主战场，上半年线上和线下新上市机型均为93个，较去年同期分别增加38个和13个，市场份额为5.7%，增长了1.7个百分点。

前景依然可期

展望下半年彩电市场形势，业界普遍持谨慎态度。翁振华认为，进入下半年，面板涨价趋势得到遏制，四季度有望回落。面板价格下降会在一定程度上缓解整机企业的成本压力，为年终促销提供空间。整体来看，下半年国内彩电市场表现优于上半年，市场规模约为2612万台，同比下降4.6%；2017年全年彩电市场规模将达4792万台，同比下降5.8%。

从深层次分析，我国彩电行业出现了结构性过剩，低端产品产能过剩，中高端消费需求尚不能完全满足。彭健锋提出，彩电业要大力推进供给侧结构性改革，实现以提高质量和效益为中心的发展。

目前，彩电业正处于新一轮技术和产业升级的关键期。为抢抓机遇，国内彩电企业加速实施创新驱动战略，在OLED、激光电视、人工智能等方向积极布局、重点出击。OLED被视作新一代显示技术，今年上半年OLED电视的市场渗透率为0.2%，同比增长0.1个百分点，创维、康佳、长虹等企业竞相发力OLED产品。激光电视在超大尺寸显示方面具有优势，海信作为引领者，已实现从2K到4K再到双色4K的技术突破，产品覆盖88英寸、100英寸、120英寸。数据显示，上半年家用激光投影市场渗透率为0.1%。近期，艾洛维、看尚、小米等品牌的进入，令激光电视市场再度升温。

今年是人工智能电视元年，各大品牌纷纷推出人工智能电视新品。长虹推出的Q5N系列电视，通过对用户的自然语音处理和对数据的挖掘、分析，以人工智能电视为核心，实现视频推荐、生活服务、产品服务购买等功能，打造智能家居系统。联想率先在电视中应用远场语音交互技术，给电视用户带来了全新的操作互动体验。

“我国彩电行业的未来依然可期。”彭健锋表示，目前国内超期服役电视接近2.5亿台，彩电市场潜力尚未充分挖掘。据测算，彩电的使用年限从目前的12年缩短至7年，国内彩电市场规模将从目前的每年5000万台水平，扩大至7500万台以上。

8月1日，中国电子视像行业协会发出了《关于全面开展彩电行业“汰旧换优”专项工程的通知》。在工信部电子信息司的指导下，视像行业协会联合中国家用电器商业协会、品牌彩电企业、家电渠道企业以及废弃电器电子处理企业全面开展彩电“汰旧换优”专项工程。“汰旧换优”是指鼓励淘汰超过7年安全使用期的旧电视，更换成更环保、画质音质更好、智能化的新产品。近期，TCL、海信等企业已经在线上和线下市场做了大量的宣传和服务工作。

链接

海信发力大屏高端市场

本报讯 记者周雷报道：面对大屏时代的到来，国产彩电龙头企业强劲发力。中怡康的市场监测数据显示，截至6月份，海信电视的零售量和零售额占有率分别达16.55%和17.99%，双双位居第一。在55英寸及以上大屏电视市场上，海信电视一马当先，零售量和零售额分别达18.28%和18.30%。

作为连续14年领跑国内彩电市场的企业，海信依托长期积累，逐步掌握了电视产业核心技术话语权。上半年，海信推出了自主研发的天玑系列、璀璨系列ULED电视，在美国CES上发布了全球首款双色4K激光电视。海信天玑系列ULED采用全面升级的多分区动态背光控制技术，可以真实呈现普通电视难以表现的层次、细节和景深感。中国电子技术标准化研究所测试，天玑ULED电视的峰值亮度达2200nit，动态对比度高达3000万：1，色域范围达到NTSC标准色域的120%，将液晶电视画质指标提升至新高度。海信首发的双色4K激光电视，核心指标也已超越高端液晶电视。

上半年，海信彩电结构调整再上台阶，其ULED电视的国内销售量和销售额同比增长了150.65%和112.16%；截至6月份，海信激光电视在80英寸及以上市场销售额占比达40.92%。

在国际市场疲弱的情况下，海信也保持了强劲的上升势头。数据显示，今年一季度，海信电视在全球4K电视、曲面电视、智能电视等高端市场保持前三位，出货平均尺寸达46.9英寸，跃居全球第一；产品均价达431美元，仅次于索尼和三星。日前，中国电子视像行业协会给海信颁发了两项彩电行业权威奖项。

环保产业发展迅猛，但不乏隐忧——

别让低价竞争毁了环保产业

本报记者 沈 慧

行业观察

近年来，环保督查力度不断加大，加上国家有关政策的大力支持，我国环保产业发展势头良好。但在当前招投标过程中，不看技术只看价格，一味追求低价中标的现象愈演愈烈，导致环保行业陷入恶性循环；大量企业竞相涌入环保市场，纷纷采取为客户垫资方式，抬高了企业资金成本

我国环保产业渐入佳境。在前不久召开的中国环保产业创新论坛上，中国环保产业协会副会长刘启风提供的一组数据显示：2016年，我国环保产业实现销售收入近11500亿元，同比增长约20%，其中环境服务业以6100亿元的产值稳坐环保产业头把交椅。

具体而言，前几年由于大气治理成效显著，大气污染治理市场份额略有下滑；水污染治理行业受益于PPP模式拉动，增长速度较快；固废行业中，生活垃圾处理、危废处理等领域均有较大幅度增长；土壤修复、重金属治理行业处于蓄势待发阶段。“值得注意的是，随着环保督查工作趋紧趋严，污染源在线检测行业这几年发展迅猛。”刘启风表示。

环保产业快速崛起的背后，是日益严峻的环境形势及有关政策的大力支持。环保部科技标准司原副司长胥树凡说，粗放的经济发展模式让环境污染更加复杂，为环保产业发展孕育了巨大市场空间。与此同时，“气十条”“水十条”“土十条”深入推进，及PPP模式区域环境整治等政策的相继出台，为环保产业发展注入了新的动力。

刘启风透露，今年上半年环保产业发展势头良好。据估算，截至目前环保产业销售收入达近6000亿元，同比增长10%至20%。不过，在环保产业大踏步前进同时，也出现了一些不和谐的音符。

“在招投标过程中，不看技术只看价格，一味追求低价中标现象愈演愈烈，一些环保行业正陷入恶性竞争循环。”中国环保产业协会发现，垃圾焚烧是低价中标的多发领域，近年来中标价格一路走低，从160元/吨猛降到18元/吨，已远低于行业公认的成本价。

污水处理行业亦未逃过一劫。两年前，安徽安庆市城区污水收集处理厂网一体化PPP项目以污水处理费0.39元/立方米中标的消息，让业界一片哗然。据分析，全国污水处理厂的平均运行成本约为1.03元/立方米，平均居民污水处理费标准为0.76元/立方米。“偏离项目成本的恶性竞标现象，正威胁着环保产业的健康发展。”刘启风说。

与此同时，环保产业成本上升也让刘启风颇为担忧，“前几年环保产业平均利润率可以达到8%，一些行业甚至可以达到10%，现在能到5%就不错了。”刘启风分析，一方面大量企业竞相涌入环保市场，竞争日趋激烈；另一方面，为了争夺市场，部分环保企业为客户垫资，导致资金链紧张，负担过重。

“未来，环保产业发展将全面步入治污形式集约化、企业产权股份化、投资渠道多元化、服务模式个性化、运行机制企业化、服务队伍专业化、服务质量标准化、市场管理法制化的新时代。”胥树凡认为，环保产业迈上新台阶，还需在完善体制机制的同时，不断创新服务模式，进一步规范环保产业市场秩序。

“环保产业涉及面广，既需要大型综合性企业，也需要细分领域大量小、专、特、精的中小企业。作为国家确立的战略性新兴产业，环保产业发展还需不断加大资金、人才投入。”刘启风表示。

产业一线

落实国家战略部署

“复兴号”扩大开行助力京津冀一体化

本报北京8月16日讯 记者齐慧从中国铁路总公司获悉：8月21日起，铁路部门将扩大中国标准动车组“复兴号”列车开行范围，在京津冀地区安排开行22.5对“复兴号”动车组列车，通达北京南、武清、天津、北京西、涿州东、高碑店东、高邑西、保定东、石家庄、邢台东等10个车站。

中国铁路总公司有关部门负责人介绍，近年来中国铁路总公司加快推进京津冀地区铁路建设，优化运输服务供给，积极推动京津冀轨道交通一体化发展。在京津冀地区开行“复兴号”动车组列车，是铁路部门落实国家战略部署，打造高标准“轨道上的京津冀”，促进京津冀协同发展的重要举措。扩大开行世界最先进的动车组，可以让更多旅客群众乘坐体验“复兴号”动车组列车，更加直观感受我国科技创新发展成果。

这位负责人表示，铁路部门将坚持优质优价、市场化采购的原则，有计划地安排更多的“复兴号”动车组列车上线运营，提高铁路运输服务品质，不断提升广大旅客群众旅行获得感。

“复兴号”是由中国铁路总公司牵头组织研制、具有我国完全自主知识产权、达到世界先进水平的中国标准动车组。7月27日，两列“复兴号”列车在京沪高铁上进行350公里时速体验运营，预计在9月中旬京沪高铁实施新的列车运行图后，“复兴号”将按时速350公里在京沪高铁线上线运营。

自主研发获多项专利

胃镜胶囊机器人获1亿美元投资

新华社上海8月16日电 （记者龚雯） 拥有自主研发磁控胃镜胶囊机器人的上海安翰医疗技术有限公司15日获得来自大中投资、软银中国资本等6家投资机构合计1亿美元的投资，用于市场版图开拓及新产品线研发。

相比传统胃镜给人带来的不适，借助安翰磁控胶囊胃镜机器人，受检人无需插管，喝一口水、吞一颗胶囊，躺15分钟就能完成无痛、无创、无麻醉的胃部检查。检查完毕，胶囊经肠蠕动排出体外。

小小的胶囊，背后拥有磁场控制、光学成像、芯片集成及相关软件等多项专利技术，通过五维控制，实现水平、垂直两个维度的旋转，以及上下、左右、前后三个维度的平移；根据胶囊位置自动变焦，实现胃部纵览、病灶局部放大，拍摄并传送3000多张图片。

据第二军医大学上海长海医院消化内科副主任廖专介绍，中国是癌症高发国家，特别是胃癌死亡率高。“胃镜是胃癌筛查的‘金标准’，但传统的插管胃镜连我自己都不敢，加上中国医师资源的巨大缺口，许多患者错过了早期诊断的最佳时机。”廖专说，借助胶囊机器人将帮助人们破除“谈镜色变”，早筛查、早诊断，减少患者在经济和精神上的消耗，守护更多人的健康。

市场瞭望

人工智能等新技术加速应用

物流业开启智慧化变革

本报记者 杨阳腾

近年来，随着电子商务高速发展，社会物流需求不断攀升。在“互联网+”的创新驱动下，智能配送机器人、自动货物分拣系统、智能客服等新技术正引发物流行业新一轮智慧化变革。未来物流行业的竞争将是自动化水平的竞争，智慧物流2.0时代正全面开启。

高效智慧物流的推进需要电子信息技术支撑。跨越速运集团有限公司IT总监杜伟介绍，物流快递行业虽是一个传统行业，为了适应新时代发展，必须深入研究智慧物流。如今，智能电子产品广泛应用于物流行业，例如智能分拣机、无人机、机器人等各类科技产品先后在物流行业内兴起。

杜伟认为，人工智能将对行业发展产生一系列深远影响。未来行业的竞争，一定是自动化水平的竞争，决定着企业未来的核心竞争力。如未来智能客服可能代替人工客服，强大的场景数据库和大数据分析，使智能客服帮助客户快速解决问题，拥有同时接待上万人、全天候在线的工作能力。另一方面，智能配送机器人也会广泛应用，可以智能识别障碍物，实体轨迹预测，重新规划运动路线，还能自己坐电梯上下楼。

据介绍，近年来跨越速运每年技术研发投入超亿元，在多个物流环节实现了自动化操作。公司自主研发的ERP物流系统可与机场信息系统实现5秒至10秒一次的数据对接，实时获悉航班准点情况。目前，跨越速运累计申报软件著作权超200件，促进了行业从劳动密集型向智慧密集型转型。

跨越速运营销总裁肖瑞兰表示，为了迅速、及时地满足电商企业的运输需求，各大物流、快递都必须加强自身技术、降低运营成本、提升服务质量。跨越速运在国内首次对客户提出“限时未达，全额退款”的承诺，率先推出“当天达、次日达、隔日达”三大时效产品。如今，跨越速运已在全国拥有多架夜航包机、数万名员工、上万辆运输车辆和3000多家直营网点。

本版编辑 杜 铭