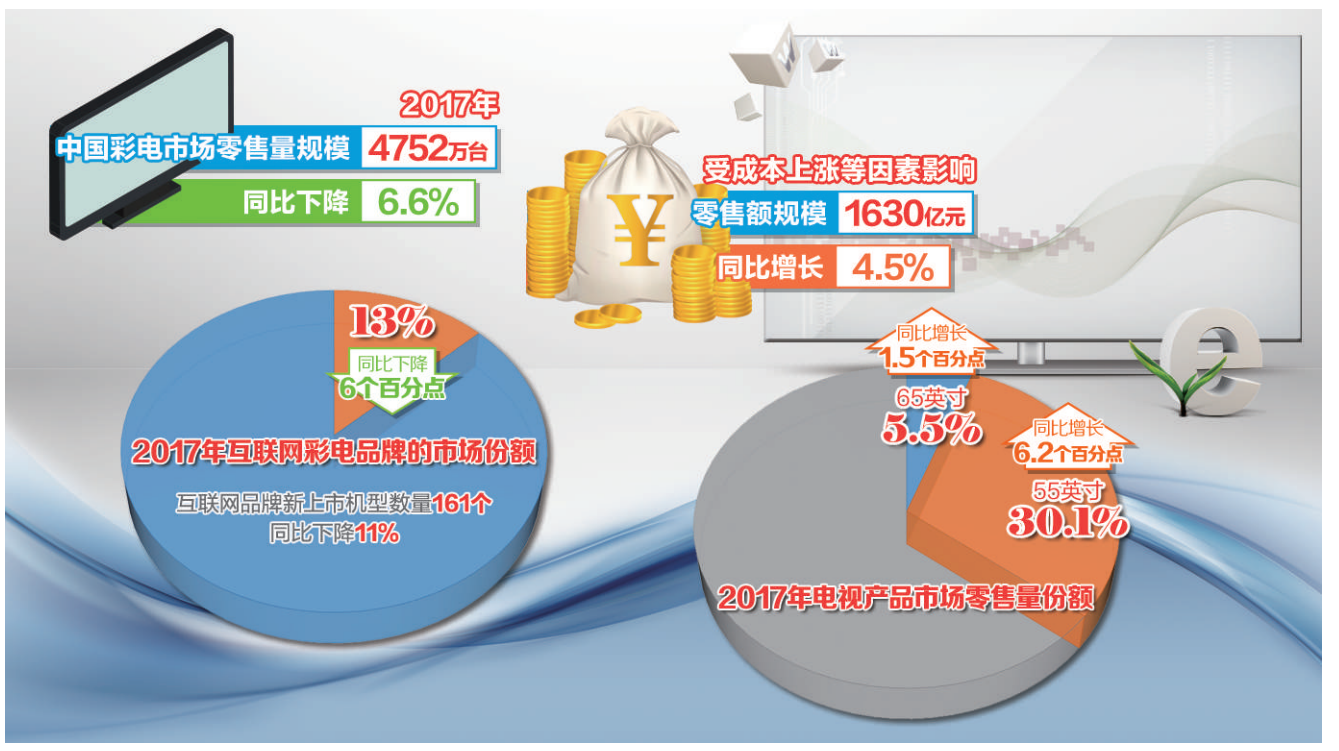
大尺寸产品在升级 激光电视有看点

彩电业：重压之下谋突围

经济日报·中国经济网记者 周 雷

透视

“2017年，彩电销售市场遭遇“滑铁卢”，销量同比下降6.6%。业内专家认为，在房地产市场调控、面板价格上涨的大背景下，电视整机企业利润空间被进一步压缩。下一步，只有积极进行结构调整，不断研发新技术，才能在市场竞争中实现突破



2017年是彩电业非常艰难的一年，受到了房地产调控影响，又缺乏体育赛事等消费热点支撑，还承受着成本上涨压力。近日，由中国电子视像行业协会与奥维云网（AVC）联合主办的“2017年中国智能显示与创新应用产业大会暨CRC2017年度彩电行业研究发布会”在北京举行，业界人士共同研判彩电业发展形势，探讨转型升级路径。

去年彩电销量下降6.6%

相对于2016年市场行情节节高，2017年彩电业形势急转直下。奥维云网发布的数据显示，2017年中国彩电市场零售量规模为4752万台，同比下降6.6%；受成本上涨等因素影响，零售额规模为1630亿元，同比增长4.5%。

从去年市场情况看，不仅传统彩电巨头遭遇较大困难，互联网品牌更是表现低迷。在面板涨价以及资本投入减少的影响下，2017年互联网彩电品牌的市场份额仅为13%，较上年同期下降了6个百分点，2017年互联网品牌新上市机型数量161个，同比下降11%。

“从2003年以来的数据看，2017年彩电市场零售量的下降幅度是近十年来降幅最大的一次。”奥维云网（AVC）黑电事业部副总经理朱圆圆分析说，多重因素导致2017年中国彩电业零售量下降。2017年房地产市场降温，直接影响到大家电市场表现，彩电、冰箱、洗衣机零售量规模均出现同比下降。同时，与视听相关的其他产品借助智能化实现快速发展，并对智能电视产品形成替代。比如，2017年OTT盒子的零售量规模为1047万台，智能微投的零售量规模为129万台，智能音箱零售量规模达176万台。

值得关注的还有上游面板涨价因素。从2016年3月开始到2017年4月，面板经历了史上最长的一次涨价过程，部分尺寸峰值月份价格涨幅高达90%。尽管面板涨价推高彩电价格，但是受益的主要是上游面板厂，受制于成本因素，利润本就微薄的彩电整机企业雪上加霜。

谋求新的增长点

尽管整机企业遭遇了严峻的市场挑战，但是，彩电消费升级也带来新的商机。各大彩电企业均在积极推进结构调整，实施创新驱动战略，寻求市场突围。

2017年，大尺寸化是彩电升级主旋律。55英寸产品延续增长态势，2017年市场零售量份额为30.1%，较上年同期提高6.2个百分点。超大尺寸市场保持增长，其中65英寸产品市场零售量份额为5.5%，较上年同期提高了1.5个百分点。

消费者对高端差异化彩电产品的需求也在增加。2017年，曲面电视的市场零售量份额为7.3%，较上年同期提高1.9个百分点；超轻薄电视市场零售量份额为4.1%，较上年同期提高2.5个百分点；无边框电视的市场零售量份额为2.3%，较上年同期提高0.5个百分点。

随着消费升级热潮的兴起，激光和OLED等新型显示产品日益走俏，厂商的技术创新能力已成为市场制胜的关键因素。

作为彩电业领军企业，海信电视坚持技术立企，不仅打开液晶电视技术升级的新空间，并且潜心研究推出激光电视，打破了投影和电视的界限，着力抢占大屏市场制高点。海信激光显示公司副总经理王伟指出，中国市场电视的平均尺寸远大于北美和西欧，激光电视在大屏领域具有较强的竞争力，2017年海信激光电视在80英寸以上市场占有率再次翻倍。

据了解，海信激光电视已经覆盖80英寸、88英寸、100英寸、120英寸、150英寸等多个尺寸段。在本次会议上，海信100英寸4K L6激光电视获得了“创新产品”大奖。该产品展示出亮度高、色彩丰富、长寿命、节能环保的差异化优势，其亮度达到350nit，超过液晶电视300nit的行业标准，色域达到116%，比液晶电视的色彩更加丰富，再加上HDR显像技术等新技术的应用，大大提升了观看体验。

另一家彩电巨头创维则看好OLED电视发展。目前，OLED电视市场仍处在培育期。2017年，OLED电视国内市场零售量规模达11.3万台，同比增长92%。基于OLED的物理特性，彩电业挖掘其优点推出了各式各样的创新产品，艺术化、超薄壁纸、音画合一、可卷曲的产品形态成为新亮点。

今年彩电市场可期

对于彩电业未来的发展，与会人士普遍持乐观态度。中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋表示，技术革命是最大的机遇。从上世纪80年代开始，随着技术进步，彩电业每10年上一个台阶，目前彩电的主流尺寸已经进入50英寸至70英寸区间，2020年至2030年会迈进80英寸至120英寸区间。与此同时，家庭互联网快速发展，电视屏相对于移动屏在客厅场景中更有优势，客厅大屏会引领智慧生活。在产品更新换代方面，中国电子视像行业协会和企业共同推动“汰旧换优”工程，消费者对于电视产品更新年限为7年的意识增强，将进一步带动消费升级。

对于2018年市场形势，朱圆圆分析认为，上游面板全年供需整体宽松，产能持续增加，彩电更新换代需求加大，新增需求拉力回升。奥维云网（AVC）预计，2018年彩电市场的零售规模将达4898万台，同比增长3.1%，零售额规模将达1597亿元，同比下降2.1%。

据悉，彩电企业对市场规模增长看好，2018年国内五大企业中国市场的预计出货量同比增长23%，较2017年增长17个百分点。

当前，显示技术的发展日新月异。仅从分辨率指标来看，4K电视在加速普及，2017年渗透率达到60%。而4K普及之后，下一站将是8K。调查显示，有77%的消费者认为8K是高端产品的趋势。

夏普在2017年推出了第一台消费级8K电视，引起业界关注。富士康集团品牌行销总处副总经理张新宇就此指出，这不光是硬件实力的提升，夏普的目标是构建8K生态圈，打通从内容、编辑、传送到显示整个8K链条。富士康和夏普已经做了充足的硬件、技术、资金储备，以加速8K时代的到来。

另据了解，海信将于2018年3月份发布300英寸激光电视，给彩电业带来新的旗舰产品。随着众多品牌的加入，激光电视价格也会越来越亲民。“激光全场景的应用，必然会带来更大的市场空间。”王伟表示，海信的定位是要成为激光电视全球的技术中心，打造产业资源和共享平台，与更多的企业一起来做大做强激光电视产业。

此外，智能化为彩电业注入了新动能。康佳集团多媒体产业本部常务副总裁吕剑指出，电视上一次成为家庭中心的时候，它还只是一个简单的接收性设备，随着人工智能电视的出现，电视将成为整个家庭的智能化互联网中心，而人工智能电视的发展并非一蹴而就，它的成熟仍需一段时间。康佳正在布局基于电视的智慧家庭系统，推进在智能家居乃至智慧社区领域的稳步发展。

为规范显示行业的发展，鼓励创新企业，中国电子视像行业协会在大会上发布了《中国电子视像行业自律公约》《智能手机与智能电视间的控制和内容传输技术规范》和《创新智慧生活产品选购指南》，并对2018年新产品、新技术、新设计进行了鉴定。中国电子视像行业协会副会长兼秘书长郝亚斌强调，要坚持以供给侧结构性改革为主线，深化创新驱动，优化产业布局，加快行业转型升级步伐。

市场瞭望

参展商采购商数量增加

皮草行业商贸热度明显升温

本报记者 许红洲

北京国际裘皮革皮制品交易会日前在北京国家会议中心举行，现场人气和交易额均超往届。明显升温的商贸热度，让业内外感受到中国皮草行业市场的“暖流”。

每年1月举办的北京国际裘皮革皮制品交易会（简称BIFE），是皮草行业内知名的专业性展会。在这场被誉为“全球裘皮贸易链首站”的展会中，皮草企业集中呈现新一季的新品成衣、创新工艺、技术等，从裘皮服装、原料制品、机械设备、辅料配饰等各产业环节，每一件展品背后都预示着皮草全产业链在未来一整年的发展趋势。

记者在采访中发现，展会期间，场馆内参展商、采购商数量比往届明显增加，旺盛的商贸人气与多样的皮草商品，首日就吸引了来自10个国家和地区，超过3000名专业采购商在现场交易。国际毛皮协会总裁Mark Oaten表示，BIFE作为2018年第一个国际性的行业展会，现场感受到了比往届更多的客流。

“BIFE不仅仅是皮草外贸订货会，更是在构筑以中外商贸交流对接、最新皮草产品展示发布、促进皮草时尚消费、推广裘皮文化为核心的综合皮草时尚产业生态圈。”北京国际裘皮革皮制品交易会秘书长徐洪强说。

近年来，伴随着消费升级，国内皮草服饰市场需求明显增多。尤其是2017年下半年到今年初，皮草服饰销售更趋火爆，厂商积极性空前高涨。“皮草行业近年升级转型加快，更强调设计和创新，各种新元素的应用让皮草服饰时尚感增强，这让消费群体逐渐扩大，越来越多的年轻人也开始喜欢并选择。”在北京从事多年皮草服饰销售的于英告诉经济日报记者。

展会期间，皮草时尚之夜是其重要活动之一，传递了全球皮草流行趋势。皮草时尚之夜总策划王潇表示，整场活动通过全方位的展示，打破了皮草在观众心中固有的印象。“皮草也可以是年轻的、时尚多彩的。”王潇说。

北京元隆皮草皮革有限公司董事长李庆元告诉记者，这次展会看到了融入皮草的很多品类，比如拖鞋、发饰等等。元隆也为这次皮草时尚之夜大秀带来了很多新的颜色、新的工艺、新的拼接。“我们连续赞助了14届中国国际青年裘皮服装设计大赛，最大的收获就是发现了众多优秀的设计师，通过年轻的设计师把皮草设计融入到不同行业，给皮草带来了很大的市场。”李庆元说。

“面对未来90后主导的消费市场，设计款式、工艺、优质的面料都是缺一不可的市场驱动力，业内要合力面对新的挑战。”Sagafurs世家皮草亚洲区商务总监朱静珊认为，皮草行业目前仍需加快调整和升级，以追求和实现更好的可持续发展。

首个中英地方合作产业园开建

本报讯 记者刘成报道：1月31日，青岛市委常委、青岛西海岸新区党工委书记王建祥与英国工商业联合会会长费尔贝恩，在北京人民大会堂签署了共同推动青岛中英创新产业园生命科学与创意产业孵化器及中英贸易平台的合作协议。这标志着备受中英两国关注的首个中英地方合作园区进入建设推进阶段。

根据协议，青岛市将与英国工商业联合会进行长期深入合作，在中英创新产业园一期共同推动生命科学和健康产业孵化器建设，开展生命健康产业方面的中英合作；建设创意办公孵化器，联合两国企业和机构，加强在创新创意领域的产业合作；打造中英商贸平台，帮助英国企业开发中国市场，促进商品和技术贸易。

中英创新产业园一期启动区为双方起始合作项目，总投资约2亿英镑，计划建设周期1年半，建设生命科学孵化器、创意办公孵化器、中英创新交流中心，及相关服务设施等载体。

青岛国际经济合作区是青岛市和西海岸新区的重点功能区，致力于打造生态可持续发展、具有产业引领能力、体现国际合作特色的现代化产城融合区。园区重点打造中德生态园、中英创新产业园、中芬创新中心等项目。中英创新产业园位于青岛国际经济合作区内，总规划面积约15.1平方千米。

英国工商业联合会成立于1965年，是英国最大的独立会员制工业和商业代表组织。会员包括1.3万家公司、230多个工业协会及雇主组织。

“一带一路”沿线国家核电合作将直接撬动3万亿元产值规模市场——

核电“闯荡”世界 民企紧跟布局

本报记者 王轶辰

行业观察

随着技术的进步和电力需求的持续增加，核电在安全性和经济性方面的优势日益凸显。然而，核能项目投资周期长、科研成本高，仅靠政府投资不能满足项目的需求。伴随着我国核电“走出去”步伐加快，民营企业在这一领域将有更多市场空间

当前，全球能源产业转型升级迫在眉睫，相对于常规发电，核电在安全性和经济性方面的优势日益凸显，为核能发展提供了一个广阔的市场空间。在近日举行的首届GNIS·核能投资论坛上，业内人士认为，核能发展正迎来前所未有的历史机遇，在“一带一路”建设持续推进背景下，中国有望在核电领域大展拳脚，民企将在推动中国核电走出去中起到重要的补充作用。

在全球能源结构中，目前只有煤电、天然气、核电三者可充当稳定基础电力。随着汽油汽车逐步被新能源汽车替代，还会产生更多的电力需求。

截至2017年7月，在全球范围内，正在建设、计划建设、拟议建设的核电机组分别为59台、160台、378台。目前有17个无核电国家正在建设、计划建设和拟议建设核电机组。未来，全球使用核电的国家将会增加至32个甚至更多。

随着国内企业和政策对核电材料、设备等国产化的不断推进，中国目前已经形成一条较为完整的自主化核电工业体系，成为国际上拥有最大核电机组产能的国家。以“华龙一号”为代表的自主研发核电技术已成为中国积极向海外推广的中国名片，未来核电走出去的市场空间广阔。据中核集团预测，“一带一路”沿线国家的核电合作，将直接撬动3万亿产值规模的市场。

然而，贸易寒冬之下资金充足与否正成为推动核能发展的一大关键要素。核能产业要实现产业升级和可持续发展，就必须借助更多的金融力量。海核能源高级副总裁石艳宇表示，核能项目盈利能力强，回报长效稳定，但投资巨大、科研成本高，随着全球能源产融结合需求的日益增强，仅靠政府基础设施建设预算，无法覆盖全部核能新项目的融资和旧设备升级的需要。因此，为核能项目提供融资工具，填补市场的空缺就显得尤为重要。

伦敦发展促进署亚太区投资经理LauraXu透露，英国核能2016年占到全部能源的四分之一，到2035年，相关比例将提高到三分之一，但新核电投资正面临特殊挑战，包括高昂前期成本造成的融资困难。

一直以来，由于核电产业门槛较高，在海外核电投资中鲜有民营资本参与，但实际上与大块头的“国家队”相比，民营企业参与海外核电项目往往更灵活和高效。海核能源是继中广核、中核集团和国家核电三巨头之后，第四家加入世界核能协会的中国企业，海核能源董事长邱臻表示，作为一家民营企业，海核能源的优势在于拥有广泛的全球金融机构和多边机构的深度合作。这一切，将使海核能源能满足核电项目在不同推进阶段的融资需求，充分保障核能项目各个阶段的资金支持。

“在海外核电投资中，中国还很少有民企参与，但在世界很多国家，核能领域都活跃着民企的身影，民企无疑对提高中国核电走出去的效率会有所帮助。”中国核能行业协会专家委员会副主任徐玉明说。

江苏沭阳：技术创新推动纺织业升级

日前，位于江苏宿迁市沭阳经济技术开发区的江苏邦源纺织有限公司员工在生产线上工作。近年来，沭阳县以“智能化”为突破口，通过技术创新推进工业化与信息化在纺织产业融合，带动纺织产业转型升级发展。目前，该县纺织类企业达到350家，其中规模以上企业188家。

本报记者 翟天雪摄

本版编辑 于 泳