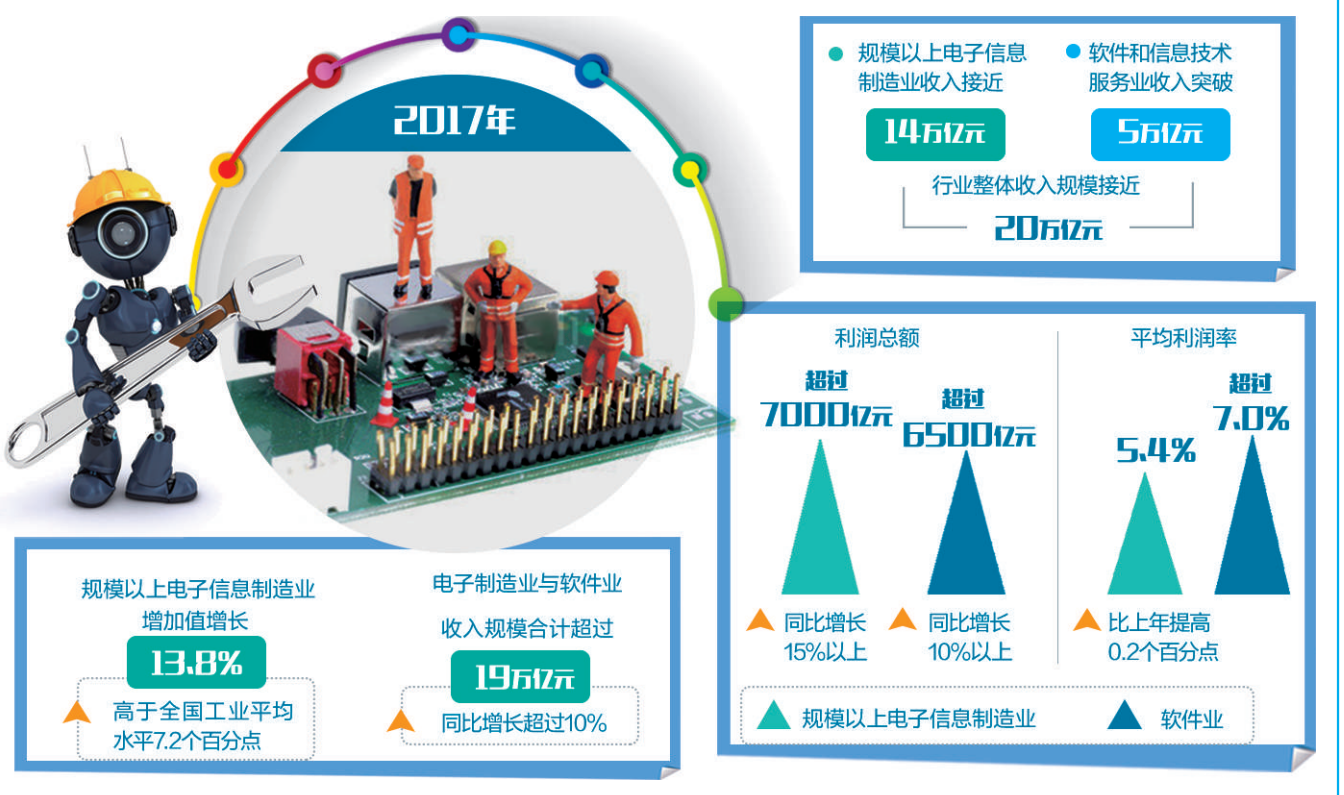
2017年，规模以上电子信息制造业收入近14万亿元，行业平均利润率达5.4%——

电子信息业：科技转化效率高

经济日报·中国经济网记者 黄 鑫

透视

近年来，我国电子信息行业取得了长足的发展，电子信息产业结构也在不断升级。除自身效益水平提升外，电子信息技术不断为其他产业赋能，成为融合发展的“润滑剂”“加速器”。不过，在软件和集成电路领域，仍有许多关键环节需要突破，这是我国电子信息行业未来的努力方向



在日前举办的“2018(第三届)中国电子信息行业发展大会”上，工业和信息化部副部长罗文表示，要布局建设电子信息产业制造业创新中心，主攻关键共性技术供给，着力突破科技成果工程化、产业化的“死亡之谷”。

数据显示，2017年规模以上电子信息制造业收入接近14万亿元；软件和信息技术服务业收入突破5万亿元，行业整体收入规模接近20万亿元。

“既要强化产业根植性，突破软件和集成电路两个关键环节，推进电子信息产业结构全面升级，又要打造世界级电子信息产业集群。”罗文说。

效益质量同步提升

数据显示，2017年规模以上电子信息制造业增加值增长13.8%，高于全国工业平均水平7.2个百分点。电子制造业与软件业收入规模合计超过19万亿元，同比增长超过10%。

中国电子信息行业联合会副会长兼秘书长周子学分析说，从结构调整与动能转换看，一方面传统规模优势继续保持，手机、计算机和彩电产量分别达到19.2亿部、3.1亿台和1.7亿台，稳居全球第一。另一方面，主要行业和产品的高端化、智能化发展成果显著，智能手机、智能电视机市场渗透率超过80%，智能可穿戴设备、智能家居产品、虚拟现实设备等新兴产品种类不断丰富。在虚拟现实/增强现实、无人驾驶、人工智能、无人机、智慧健康养老等新兴领域，国内涌现出了一大批创新型企业，技术和应用在全球处于领先位置。

值得强调的是，我国电子信息制造业在规模增长的同时，还提高了效益质量。据统计，2017年，规模以上电子信息制造业利润总额超过7000亿元，同比增长15%以上，行业平均利润率达到5.4%，比上年提高0.2个百分点。软件业利润总额超过6500亿元，同比增长10%以上，企业平均利润率超过7.0%。电子信息制造业收入与利润占全国工业比重进一步提升，双双超过10%。

除自身效益水平提升外，电子信息技术为其他产业赋能已成为不争的事实，成为融合发展的“润滑剂”“加速器”。2017年我国工业化与信息化加速深度融合，数字驱动的工业新生态正在构建，企业“上云”行动成效显现，一批新型工业应用软件实现商业化应用，制造业骨干企业“双创”平台普及率接近70%。

此外，信息技术与经济社会各领域跨界融合不断加深，数字经济、平台经济和共享经济广泛渗透，移动支付、网络购物和共享单车等被称为中国的“新四大发明”，正在改变着全球经济和产业格局。信息消费从生活消费加速向产业消费渗透，成为创新最活跃、增长最迅猛、辐射最广泛的经济领域之一，预计到2020年信息消费规模将达6万亿元，拉动相关领域产出达15万亿元。

高质量产品不断涌现

消费者只需把食材和配料倒进锅里，再根据个人口味选择烹炒时间，盖上锅盖，它就能够自动翻炒，整个过程都没有油烟，让炒菜这件事变得简单。“九阳炒菜机器人目前植入了100多道菜的烹炒程序，设置了语音教学和视频教学，使用很方便。消费者还可以到九阳的云食谱平台下载新的菜谱，机器会自动学习、匹配烹炒时间和程序。”九阳炒菜机器人研发工程师郭玉波介绍说。

除了炒菜机器人，九阳还推出了无人豆浆机、免安装洗碗机等一系列智能化、中高端化的厨电产品。被此次大会评为“中国电子信息行业创新能力50强企业”的斐讯也在扫地机器人、智能体脂秤等智慧家庭产品上取得了一系列创新突破。由此可见，以智能家电为代表的电子信息制造业正走向智能化、高端化。

中央财政学会常务理事、研究员王兰军表示，电子信息制造业要实现高质量发展，首先要有高质量的现代化产业体系，能生产出高质量的产品和服务，从而满足人民日益增长的美好生活需要，同时还要让投资者、劳动者、企业家、市场各有所得。

“在电子信息制造业，过去我国居民消费具有明显的模仿型、排浪式特征，今天个性化、多样化、高端化消费渐成主流，人民群众对产品品质、性能和安全的要求明显提高，对各类新兴业态和新型服务的需求与日俱增，低端过剩、高端不足的矛盾随着消费升级的加快更加突出。”罗文坦言。

这种矛盾也是我国电子信息产业发展的新动能。中国电子信息行业联合会常务副会长曲维枝认为，人民追求美好生活需要更高水平、更好质量、更丰富功能的电子信息产品。正如2018年国际消费类电子产品展览会上看到贴上“人工智能”标签的各种各样智能硬件产品，如基于智能语音助手平台，能与人实现语音交互的电视、音响、耳机、灯泡、吸尘器、咖啡机等等，这都是典型的供给侧结构性改革。

“同时，智能制造发展对信息技术产品及服务产生的大量需求，以及为了迎接人工智能、大数据、万物互联等新时代所需的基础设施及服务，都能形成新时代电子信息产业新兴增长极。”曲维枝说。

国际市场占有率提高

“2017年，我国电子信息制造业在关键环节和核心技术上取得了新的突破，产业创新体系加快完善。”周子学说。

基于国产众核处理器的“神威·太湖之光”超级计算机，继续蝉联全球超算500强榜首；集成电路行业保持高速增长势头，收入规模突破5000亿元；三维闪存芯片从无到有；华为发布麒麟970智能芯片；飞腾、龙芯、兆芯等国产CPU性能持续提升，与国际领先水平差距进一步缩小；显示了“中国芯”的强大力量。

此外，国内首条柔性屏生产线在成都京东方实现量产，结束了国外企业在柔性手机屏领域的独霸局面；随着工业强基工程的深入实施，电池隔膜材料、微电机系统传感器、石墨烯等基础产品打破国外垄断，解决了一批“卡脖子”问题。在软件和通信领域，云计算、大数据、工业互联网、人工智能等新兴技术加速推广应用；5G、下一代互联网、超高速大容量光传输技术、量子通信等前沿技术的研发和商用进程也不断加快。

在创新驱动下，我国电子信息制造业品牌价值与国际地位持续提升。2017年，我国高新技术产品进出口总额12514亿美元，同比增长11%；其中出口6674亿美元，增长10.6%；进口5840亿美元，增长11.5%；行业外贸扭转了前两年的下降态势，实现稳步增长。

在市场规模扩张的同时，中国品牌的国际影响力和中国企业的国际分工地位也在不断提升。从品牌影响力看，世界品牌价值及战略咨询公司发布的“2017年度全球500强”报告显示，阿里巴巴、华为、腾讯等进入前50位；据2017年中国出海品牌30强排行榜及报告显示，联想、小米等中国品牌的海外影响力日渐扩大，以创新型数字设备及服务见长；在2018年CES展览中，中国品牌参展数量占比超过30%，BAT、华为、中兴、TCL、创维等企业与谷歌、亚马逊和英伟达等公司同台竞技。

“从国际分工地位看，我国正从跟随代工的角色向创造引领的角色转变，在手机、彩电、语音交互和无人机等行业领域，中国产品和服务的质量在不断提高，行业国际地位不断提高。在前沿领域，5G技术网络架构等技术成为国际标准，有望在2020年成为新一代宽带移动通信领域的全球领跑者之一。我国提出的两化融合评估国际标准提案正式在国际标准化组织立项，为全球产业界贡献了中国智慧。”周子学说。

煤企重组：老歌新唱值得期待

林火灿

纵横谈

要用新“唱法”把老歌唱得更响亮，很重要的一点是不能再唱靠行政命令手段过度干预的老调子，而是更多地靠市场机制、经济手段、法治办法，促进煤炭企业加快兼并重组和上下游深度融合发展，大幅提高煤矿规模化、集约化、现代化水平，实现煤炭行业转型升级，促进煤炭及相关行业持续健康发展

不久前，国家发展改革委、财政部等12部门联合印发了《关于进一步推进煤炭企业兼并重组转型升级的意见》，明确到2020年底，争取在全国形成若干个具有较强国际竞争力的亿吨级特大型煤炭企业集团。

这不是我国首次就煤炭行业的兼并重组印发文件。早在2005年，国务院就印发了《关于促进煤炭工业健康发展的若干意见》，提出用3年到5年时间形成若干个亿吨级生产能力的大型煤炭企业和企业集团。2006年，国家发展改革委等7个部门发文，明确到2010年大中型煤矿产量比重达到75%左右。2010年，国务院办公厅转发了国家发展改革委《关于加快推进煤矿企业兼并重组若干意见的通知》，明确“通过兼并重组，全国煤矿企业数量特别是小煤矿数量明显减少，形成一批年产5000万吨以上的特大型煤矿企业集团”。

这些年来，我国在推动煤炭产业结构调整和兼并重组方面出台的政策举措不少，工作成效也实实在在，产业的集中度进一步提高，优势资源向优势企业集中，企业综合竞争力明显提升，安全生产条件明显改善，整体发展水平有效提升。

不过，煤炭产业的发展也遇到了一些新的问题和困境。比如，目前我国煤矿数量已从过去的几万处减少到7000处左右，但全行业相对落后产能仍然较多；尽管产能过剩严重，但每到需求旺季，“煤电顶牛”的现象就反复上演；不少煤炭企业已建成千万吨级的现代化矿井，但开采成本过高的煤矿同样大量存在，客观上推升了全社会的用能成本。

习近平总书记在党的十九大报告中明确指出，要把提高供给体系质量作为主攻方向，这是今后一个时期煤炭行业发展需要深刻领会和牢牢把握的根本指导思想。这意味着，煤炭产业今后的发展，是要做强而非求大，是要追求高质量发展而不再是规模扩张。

在这种趋势下，煤炭产业必须深入推进煤炭供给侧结构性改革，进一步优化存量资源配置，扩大优质增量供给，实现煤炭供需动态平衡，有效抵御市场风险，提升煤炭行业发展的质量和效益。其中，一个重要举措就是要推动企业的兼并重组。

煤炭企业兼并重组是一个老话题。不过，在《意见》里却对这首“老歌”提出了许多新“唱法”。比如，《意见》明确“推进中央专业煤炭企业重组其他涉煤中央企业所属煤矿，实现专业煤炭企业做强做优做大”，这意味着要突出专业煤企的主体地位，发挥其优势；又比如，《意见》明确要推动上下游深度融合发展，并“支持煤炭、电力企业通过实施兼并重组，采取出资购买、控股参股等方式，积极发展煤电联营”，这可以很好地推动形成煤电双方“你中有我，我中有你”的格局，破解“煤电顶牛”也就有了实实在在的抓手。

当然，要用这些新“唱法”把老歌唱得更响亮，很重要的一点，就是不能再唱靠行政命令手段过度干预的老调子，不能再搞“拉郎配”，而是要更多地靠市场机制、经济手段、法治办法，促进煤炭企业加快兼并重组和上下游深度融合发展，大幅提高煤矿规模化、集约化、现代化水平，实现煤炭行业转型升级，促进煤炭及相关行业持续健康发展。

一周点睛

炼油行业整顿持续加码

新闻回放：近日，发改委、能源局、公安部、环保部等十部委发布《关于对炼油领域严重违法违规和失信行为开展专项治理工作的通知》。规范200万吨/年以上炼厂建设生产经营行为，对其违规事项处以停工停建、停产补办手续、停产升级改造、涉嫌犯罪行为移送司法机关等处置。

点评：近段时间，监管部门对炼油行业的整顿力度一直在加强。加大小化工、小炼油整治力度，淘汰“小散乱”是炼油行业的大势所趋，大型化、集约化、炼化一体化才是炼油行业未来发展的方向。经过2017年的环保、安全整顿后，多数炼油企业尤其是大型企业在装置手续齐全、油品升级、能耗、环保等方面已有大幅度的改善，这一轮的治理既能查缺补漏，又可巩固前期的整顿成果。此次联合整治仍重点针对地方炼厂，因此地炼集中的华北、东北、华东等区域将成为治理的主要区域。

制冷剂价格持续上涨

新闻回放：近期，空调的关键材料制冷剂价格持续上涨。其中，第三代制冷剂R32主流大厂的最新报价自去年12月下旬至今最高涨幅接近40%，其他制冷剂品种也均有较大幅度上涨。

点评：当前，国内制冷剂行业高度集中，厂家议价能力强，并且由于制冷剂在新空调生产及维修市场成本占比低，下游行业对其涨价的抵触情绪相对较低。此外，受环保等因素影响，上游无水氢氟酸原料萤石供应紧张，开工率难提升，供给偏紧成为行业常态，本轮涨价持续时间和价格高点很可能超过市场预期，相关企业对春节前制冷剂市场也持高位看涨看法。

新能源汽车动力电池回收试点启动

新闻回放：1月29日，广东省经济和信息化委与中国铁塔股份有限公司广东省分公司等4家单位签订新能源汽车动力蓄电池回收利用战略合作协议。将重点探索新能源汽车动力蓄电池梯次利用与无害化处理的管理机制与模式，推动形成相关技术规范标准。

点评：随着大量新能源汽车投入市场，关于废旧电池的回收及利用问题也引起行业广泛关注。数据显示，国内动力电池将在2020年前后进入报废高峰，累计报废量可达到12万吨至17万吨。由于动力电池中正极材料、电解质处理不当会对环境造成巨大污染，同时我国又必须通过回收利用来减少对钴等稀缺金属的消耗，因此动力电池回收将成为我国新能源汽车发展的关键。

市场瞭望

特色产品火爆 品牌效应凸显

文化IP渐成旅游发展生力军

本报记者 吉蕾蕾

自2018年元旦以来，《妖猫传》《前任3：再见前任》《寻梦环游记》等影视作品备受关注，大银幕上的取景地也一夜爆红，成为不少观众的向往之地。比如，《前任3：再见前任》的热映，就迅速带火了片中取景地印尼美娜多的旅游。

记者从多个旅游平台了解到，截至目前，印尼美娜多相关旅游产品2月份和3月份的预订量较去年同期上涨了51.7%，旅游网的关键词搜索量也增加了200%以上，情侣、夫妻组合占比更是高达74.3%。尤其是临近春节，市区观光、潜水俱乐部训练课、快艇出海等项目都得到了游客的追捧，尽管价格翻倍，但几乎被预订一空。

“在电影的带动下，取景地旅游迎来强劲的增长势头并不奇怪。”驴妈妈集团董事长王小松介绍说，跟着电影去旅行，是一种情怀，而且影视IP与旅游嫁接之后，就可以转化为超级旅游IP，这也是大多数IP实现多元化变现的一个必经之路。比如，《寻梦环游记》带动了墨西哥旅游，《至爱梵高》带火了荷兰和法国旅游，等等。

当下，“旅游+IP”掀起了一阵热潮，各种乐园、民宿层出不穷，超级IP俨然已成为优质旅游的风向标。与此同时，在消费升级形势下，人们对优质旅游消费的愿望越来越迫切。

记者采访发现，人们在选择旅游产品上更倾向于有IP的品牌。以上海迪士尼乐园、黄山风景区、广州长隆度假区、常州中华恐龙园、方特欢乐世界、乌镇等为代表的景区，以阿丽拉·安吉、青城山六善、金鸡湖畔的御庭、海南莱佛士、安吉帐篷客等为代表的IP酒店，都是节假日游客休闲度假最为热门的选择。

“如今，旅游市场消费需求日益呈现碎片化、个性化、多元化等典型特征，对旅游产品的供给也提出了更高要求，这将推动旅游产业供应链的更迭。”中国旅游研究院博士韩元军认为，文化IP在营销中具有一定的品牌效应，形成目的地、企业、产品等个性化标识，这也是推动优质旅游的一个重要途径。

值得注意的是，随着全国各地旅游发展的热情高涨，带来的旅游竞争也日趋激烈，旅游产品品质也是参差不齐。韩元军建议，在促进“旅游+IP”深入融合发展的同时，必须从供给端和需求端同时入手。在供给端，要在旅游项目设计、内容创造上实现高质量发展、品牌化发展，还要防止以打造文化IP之名，行房地产开发之实；在需求端，要贴切游客切身需要，不要盲目追求“高大上”项目。此外，还要避免同质化发展，差异化、特色化的“旅游+IP”才是旅游发展竞争中的重要选择。

本版编辑 于 泳 李 景