上半年国内彩电零售量略增零售额微降，出口有望再创新高——

彩电业：渠道网购化 显示智能化

经济日报·中国经济网记者 周 雷

透视 高质量发展新亮点

面对国内彩电零售市场增长动力不足、总体量升价跌态势，彩电业龙头企业积极抢抓“2018世界杯”这一营销商机，实现品牌提升与海外销售大幅增长。1月份至5月份，中国彩电出口创新高。同时，彩电行业继续加快结构调整，大尺寸、超高清和人工智能产品不断推动彩电消费升级，网购逐渐占据近半壁江山——

7月24日，由工信部运行监测协调局、工信部电子信息司、中国电子视像行业协会指导，北京奥维云网大数据科技股份有限公司主办的“2018中国智能显示与创新应用产业大会暨第48届CRC彩电行业研究季度发布会”在北京举行。会上发布的信息显示，面对国内彩电零售市场增长动力不足、总体量升价跌的态势，彩电业龙头企业积极抢抓世界杯这一营销商机，实现品牌提升与海外销售大幅增长。同时，彩电行业继续加快结构调整，大尺寸、超高清和人工智能产品成为主流。

大尺寸化网购化态势明显

中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋发布了《2018上半年彩电行业发展情况报告》。今年上半年，受世界杯效应拉动，国内彩电零售量为2260万台，同比增长3.6%；受面板降价影响，彩电零售额为725.4亿元，同比下降2.0%。从出口市场看，今年1月份至5月份中国彩电出口创新高，出口量增长2.6%，出口额增长19.9%。

通过首次赞助“2018 FIFA世界杯”，海信实现了品牌和产品销售双提升，成为上半年行业的大赢家。在国内市场，6月份海信电视销售额占有率高达20.16%，超出第二名6个百分点以上，强势领跑。在全球市场，其联动效应则更为显著。1月份至6月份，在北美市场，海信电视销售量同比增长54.3%，销售额同比增长34.2%；在欧洲市场，海信电视销售量同比增长49.3%，销售额同比增长50.9%；在澳大利亚市场和日本市场，海信电视也都实现了快速增长。

值得注意的是，由于近两年面板价格波动，终端市场品牌竞争激烈，彩电整体市场处于动荡期。奥维云网（AVC）黑电事业部副总经理朱圆圆认为，上半年国内彩电零售市场增长动力不足，销量完成2260万台，受2017年基数影响，同比恢复性上升3.6%。从销售面积来看，大尺寸化比较明显，销售面积为1553万平方米，同比上升10.2%。从渠道来看，线上销售迅猛增长，上半年线上零售量占比已达到44%，相比去年同期增长9个百分点。但是，线上销售增长并没有带来整体市场增长，线下渠道全线下降，其中大连锁下降11%，其他下降12%。

对智能电视需求近4亿台

虽然眼下彩电企业面临着需求不旺、成本压力和过度竞争等挑战，行业集中度指数从2013年的85%下降至2018年上半年的79%，净利润也远不如其他家电产品，但业界对于彩电行业发展依然充满信心。

“当前，机遇与挑战并存。问题就是机会，抓住了就是机遇。”中国电子视像行业协会副会长兼秘书长郝亚斌指出，传统电视主要的问题在于强沉浸、弱交互。消费者的核心诉求是对美和真实性、细节的追求永无止境，这方面大屏电视的优势非常明显。只要行业解决好交互方式的问题，利用好家庭物联网和5G移动通信技术的机遇，彩电业必将重回家电业霸主地位。

实际上，彩电业已发展成为我国电子信息产业具有基础性、支撑性、战略性和导向性作用的重要组成部分。郝亚斌强调，彩电业是推动物联网、云计算、5G、人工智能发展应用的重要力量，是智能终端的重要产品形态，是带动和促进新型显示产业发展的重要基础，是软件服务和网络增值服务的重要载体，是文化创意产业的重要展示通道。

“看上去电视只是放在客厅和房间里的一个大屏幕，没有多少改变；事实上它已经发展得非常智能和贴心。”郝亚斌表示，未来几年还有近4亿台电视将更换成智能电视，会产生近6亿智能电视用户，这是一个巨大的金矿，是彩电行业下一个蓝海。“互联网+”“显示+”“智能+”将共同推进产业变革和社会进步，成为推动消费升级和经济增长的新动能。

“彩电行业仍具有高度吸引力，从2014年开始，每年均有10家以上企业进入彩电行业。我们预计今年下半年还会有3家手机生产企业加入彩电业竞争，届时将会掀起新一轮的市场热潮。”朱圆圆预计，2018年下半年彩电市场将持续弱增长态势，下半年有“818”“双11”和“双12”等节日促销拉动，销量将同比增长3.2%。从2018年全年来看，预计彩电销量为4913万台，同比增长3.4%；销售额为1597亿元，同比下降2%；销售面积将达3470万平方米，同比增长10%。

融入未来智能生活场景

面对整体市场需求不旺以及各种不确定性，彩电骨干企业着力提升产品品质，引导消费者选择更优质、优价产品。“大部分消费者更注重追求性价比，好产品一旦达到了消费者的心理预期价位，必然会带来销售爆发式增长。”青岛海信电器营销股份有限公司常务副总经理兼青岛海信激光显示股份有限公司副总经理王伟透露，海信深耕激光电视市场，2018年上半年海信激光电视销量同比增长349.9%，在80英寸以上市场中占据了半壁江山。

与此同时，彩电企业不断发力智能化、打差异牌，也能有效拉动消费者更新换代需求。2018世界杯期间，海信智能电视日活跃用户数量、平均日点播量、平均每天视频观看时长等指标均创下历史纪录。海信VIDAA智能系统增加了对体育明星的图搜功能，用户看世界杯不仅可以一键搜索球员信息，还可以实现同款购物等多场景搜寻服务，让智能电视具备更多“玩法”。

“随着数字世界与现实世界进一步融合，在未来的智能家居环境中，大屏（电视）和小屏（手机）都将扮演重要的角色。”京东商城家电事业部黑电业务部总经理杨子盛认为，将AI技术带到人们生活中的关键，在于将需求“场景化”，使客户需求与使用场景紧密结合，切实满足用户需求，人工智能技术才能真正实现市场价值。

索尼（中国）家用显示产品部副总监高明强调，近5年以来索尼产品策略重归原点，不追求绝对数量，致力于秉承工匠精神，以打造让消费者满意的电视产品为宗旨。海尔电视首席战略官杨惠迪也表示，聚焦用户最佳体验是从网点到触点，交互有广度、体验有深度、迭代有温度；研发自下而上根据用户需求迭代的产品。

市场瞭望

电力供需结构持续向绿色转型

今年用电量增速有望超去年

本报记者 顾 阳

中国电力企业联合会日前发布的电力供需形势分析报告预测，综合宏观经济、气温、电能替代、国际贸易环境等因素，预计下半年用电量增速将比上半年有所回落，但全年全社会用电量增速好于年初预期，将超过2017年增长水平。

数据显示，今年上半年，全国全社会用电量3.23万亿千瓦时，同比增长9.4%，增速同比提高3.1个百分点。其中，一、二季度分别增长9.8%和9.0%，增速连续8个季度保持在5.5%至10%的增长区间。

据介绍，在宏观经济稳中向好、居民消费升级拉动、服务业较快增长、电能替代持续推广等因素共同作用下，上半年全社会用电量保持了快速增长，电力消费呈现出制造业用电量平稳较快增长、用电量结构持续优化调整、用电量增长动力持续转换、用电量增速西高东低等特点。

“从行业分类看，高技术及装备制造业、消费品制造业用电量快速增长，有色金属冶炼和压延加工、化学原料和化学制品等四大传统高载能类行业增速总体回落，增速不仅低于制造业平均水平，还比去年同期回落了3.3个百分点。”中电联行业发展与环境资源部副主任叶春表示，拉动电力消费增长的动力延续了从传统高载能行业向服务业、居民消费、高技术及装备制造业转换的趋势。

分区域看，全国31个省份用电量均实现了正增长，东、中、西部和东北地区全社会用电量同比分别增长7.7%、10.4%、11.9%和9.6%，分别拉动全社会用电量增长3.7个、1.9个、3.2个和0.6个百分点。“东部地区用电量增速虽低于其他地区，但由于所占比重较高，拉动率居各地区首位。”中电联监事长兼行业发展与环境资源部主任安洪光说。

从电力供应来看，上半年电力清洁低碳发展趋势明显，发电结构绿色转型持续推进。据统计，上半年全国新增发电装机容量5211万千瓦，同比增加160万千瓦。其中，非化石能源发电新增装机3827万千瓦、占新增总装机的73.5%，为历年新高。

值得关注的是，在多方努力下，通过加快电网建设、合理安排调度、加大市场交易、加强全网消纳、推动技术创新等举措，弃风弃光弃水问题继续得到改善。数据显示，国家电网公司经营区域内的东北、西北地区，风电设备利用小时数同比分别提高198小时、170小时；南方电网公司经营区域内，上半年清洁能源发电基本全额消纳。

对于下半年电力供需形势，安洪光表示，受部分时段电力系统调峰能力不足、电煤地区性季节性偏紧等因素叠加影响，预计全年电力供需总体平衡，部分地区在迎峰度夏高峰时段电力供需偏紧，“预计华北区域电力供应紧张，华东、华中、南方区域部分省份电力供需偏紧，东北、西北区域电力供应能力富余”。

报告建议，强化迎峰度夏期间电煤和天然气供应保障，进一步完善中长期合同机制，提高地方煤企和中小煤企长期合同签订比例，完善进口煤政策，加强运力保障，切实降低电力企业经营成本。同时，进一步推动光伏产业健康有序发展，坚持市场引领，有序推进光伏发电市场化交易。

“山西小米”来京推介

粮食区域公共品牌不断涌现

本报北京7月31日讯 记者刘慧报道：山西省北京市粮食产销合作推进会暨“山西小米”品牌推介活动今天在北京启动。这是“山西小米”品牌首次走出山西、走向全国的第一站，意味着这个区域公共品牌已取得阶段性成就，将推动山西小米产业进入品质更优、效益更好、更可持续的发展新阶段，为山西现代特色农业提供更加有力的支撑。

山西的谷子、杂豆、莜麦等产量在全国名列前茅，有机旱作的谷子尤为著名。山西自古就是谷子的黄金产区，南至上党郡，北至雁门关，100多个县广泛种植，小米味道香美、营养丰富，历史上曾是皇家贡品。山西小米是镶嵌在山西“小杂粮王国”王冠上的耀眼明珠，已成为山西的一张“黄金名片”。但是，过去山西境内小米品牌众多，整体竞争力不强。

打造“山西小米”区域公共品牌是山西省把“小杂粮”资源优势转化为经济发展优势的重要举措。近年来，山西举全省之力，通过商标设计、标准制定、联盟建立、基地生产、品牌宣传和产品推介、质量追溯体系等建设，逐步推进“山西小米”品牌建设，着力构建全产业链和全价值链发展模式，进一步调优粮食供给结构，提高绿色优质“山西小米”产品的供给水平，满足城乡居民消费升级需求。

山西省副省长陈永奇说，山西以打造“山西小米”区域公共品牌为突破口，带动整个杂粮产业提质增效。遴选具有绿色认证、基地化种植、规模化加工的12家龙头企业，组建了产业联盟，并成立专家技术委员会，出台产品质量团体标准。依托龙头企业，通过订单农业、土地流转、全产业链托管等方式，3年内重点打造30万亩绿色有机小米生产基地。同时，实施良种繁育工程，并统筹推进谷子生产、收购、储藏、加工、运输、销售等环节全过程监测。

目前，粮食区域公共品牌建设在我国方兴未艾。吉林、山西、湖北、黑龙江、吉林、辽宁、广西等粮食主产区纷纷投入巨资，打造粮食区域品牌，粮食区域品牌建设正逐渐走向规范化、科学化。“山西小米”“吉林大米”“宁夏大米”“广西香米”等区域性品牌不断涌现，成为促进地区经济发展的重要推动力。

专家表示，要建设粮食区域公共品牌，首先要建立特色产业化、产业企业化、企业品牌化、品牌市场化“四位一体”的发展理念；明确主导产业，构建主体企业，塑造主打品牌；以政府为主导，由政府和企业联手打造区域品牌；选择地标产品，以一家龙头企业带动培育一群生态企业，通过错位经营、错位发展，共同托起区域公共品牌，形成产业集群和良好产业生态；做好产业规划、品牌塑造、模式构建、组织保障和资源整合五大体系。

解决传统建筑技术粗放式发展弊端

工厂化装配式建筑形成三大发展模式

本报记者 吴秉泽 王新伟

行业观察

发展装配式建筑是建筑业转型升级的重要方向之一。经过长期发展，我国工厂化装配式建筑取得了突破性进展，形成了钢筋混凝土预制、钢结构预制和全钢结构全装配式建筑3种发展模式，出现了一批成功案例

总产值达到21.4万亿元、从业者超过5537万的建筑业，在新时代如何实现高质量发展？在7月23日至24日于贵阳举行的“2018内地与香港建筑论坛”上，来自香港和内地的建筑业界人士一致认为，发展装配式建筑是大势所趋，势在必行。

中国建筑业协会会长王铁宏认为，现行的传统建筑技术路径存在着不少弊端，发展方式粗放，钢材、水泥浪费严重，用水量过大；建筑工地脏、乱、差，往往是排放城市可吸入颗粒物的重要污染源。

王铁宏表示，“随着劳动力成本上升，资源环境约束趋紧，传统建筑技术已到非改不可的地步了，建筑业必须加快转型。”装配式建筑正是建筑业转型升级的重要方向之一。

据了解，装配式建筑是用预制部件在工地装配而成的建筑，在香港被称为“组装合成建筑法”。1851年，在伦敦建成了世界上第一座大型装配式建筑——铁骨架嵌玻璃的水晶宫；二战后，装配式建筑得到了快速发展，在多个国家和地区得到推广。

经过长期发展，我国工厂化装配式建筑取得了突破性进展，形成了钢筋混凝土预制装配式建筑、钢结构预制装配式建筑和全钢结构全装配式建筑3种发展模式，出现了一批成功案例。仅中国建设科技集团近几年就已完成各类装配式建筑设计125项，总建筑面积超过1600万平方米。

与会代表一致认为，发展装配式建筑是建造方式的重大变革，有利于节约资源能源、减少施工污染、提升劳动生产效率和质量安全水平，有利于促进建筑业与工业化信息化深度融合、培育新产业新动能、推动化解过剩产能。

从实践来看，装配式建筑已经得到了广泛认可。2016年2月份，国务院发布的《关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》中明确提出，力争用10年左右时间，使装配式建筑占新建建筑比例达到30%。2016年9月份，国务院印发了《关于大力发展装配式建筑的指导意见》，明确了推进装配式建筑发展的重点任务。

各地区同时出台了不少配套政策，推动装配式建筑落地。上海市提出在“十三五”期间符合条件的新建建筑原则上采用装配式建筑，全市装配式建筑的单体预制率达40%以上或装配率达60%以上，外环线以内采用装配式建筑的新建商品住宅、公租房和廉租房项目100%采用全装修，实现同步装修和装修部品配件预制化。

虽然从中央到地方的推进力度不小，但装配式建筑在我国仍存在不少突出问题。比如，在理念认识上，不少行业人士把装配式建筑简单等同于主体结构系统的装配，又把主体结构系统的装配等同于预制钢筋混凝土剪力墙结构；缺乏一体化集成设计，全专业、全过程未能一体化发展；在装配式建筑推进过程中，仅有建筑业参与，未通过与制造业的紧密联动，实现建筑工业化，以及信息化支撑不足，等等。

中国建设科技集团副总裁孙英认为，推动装配式建筑高质量发展，首先要解决理念问题，全面、准确地认识装配式建筑的内涵和外延。他表示，装配式建筑应该是由主体结构、围护墙和内隔墙、装修和设备管线三方面系统全面装配而成，是一个整体系统，不能分割开来。

政府在推进装配式建筑发展过程中应该发挥何种作用？王铁宏认为，政府重点要做好两方面工作，一是通过建立倒逼机制，让企业把压力转化为动力；二是对积极参与的企业给予奖励，调动企业的积极性和自觉性。

住房和城乡建设部科技和产业化发展中心规划发展处副处长梁浩博士认为，要加强制度创新，形成与现阶段生产力发展水平相适应的装配式建筑运行体制机制。

本版编辑 杜 铭