

产业聚焦

新型家电引领消费升级

本报记者 周雷



在新兴数字技术加速发展的背景下，家电及消费电子厂商正全面打通客厅、厨房、卧室、卫浴等生活场景，并通过人工智能赋能，为用户提供具备主动智能且不断升级的智慧家居体验。

家电家居一体化

当前，我国家电市场消费新潮涌动，一方面存量特征明显，一方面新型家电渐成新宠。积极扩大市场需求，把握消费升级趋势，帮助用户构建和谐美好“未来家”正成为驱动家电产业升级、迈向高质量发展的核心动力。近日，2023年中国家电及消费电子博览会在上海举办。作为全球三大家电与消费电子展之一，此次展会以“智科技·创未来”为主题，千余家国内外企业踊跃参展，展示全球家电及消费电子领域前沿创新成果。

产品更新换代提速

对于家电及消费电子行业来说，2023年是扩大市场规模、加快结构调整的重要一年。行业领军企业以硬实力和软创新举措，展现了行业努力走出低迷、开启新一轮增长的信心和力量。

各大彩电品牌围绕OLED、Mini LED、激光显示等前沿技术竞相发力。TCL Mini LED电视峰值亮度突破5000尼特，海信带来全球首款8K激光电视。

为了满足用户大屏沉浸式观影的需求，海信9年前率先推出具有大屏震撼、健康护眼、绿色节能等差异化优势的激光电视。2022年，海信激光电视全球出货量占有率高达53.5%。此次展示的8K激光电视LX，可清晰呈现4平方米巨幕上的3300万个细节。“在产品革新的路上，我们永不止步。”海信激光显示股份有限公司总经理、首席科学家刘显荣表示。

长虹在5G+8K赛道上积极布局，2022年领跑国内8K电视市场。随着5G网络速度的提升，高刷新率已成为未来显示领域主流趋势之一。长虹发布的国内首款支持全程288赫兹显示的超高刷系列电视，为用户提升性能升级的场景解决方案。

众多家电厂商聚焦品质生活需求，强化新风、洗烘、除菌、适老等产品功能创新，为用户带来新体验。高端家电品牌德国美诺展示了衣物护理、洗碗机、嵌入式厨电等系列共计100余种产品。

英宝纯带来的空气环境机系列产品在传统空调单一功能基础上实现迭代升级，集

空调、新风、消毒、净化、控湿、检测于一体。其开发的新技术可从空气温度、湿度、含氧量、洁净度等多维度调控室内空气环境，更好满足消费者对健康环境的需求。

海尔搭建“四大场景盒子”全场景智慧样板间，依托智家大脑打造娱乐、洗浴、睡眠等多种个性化场景。海尔智家副总裁、全屋智慧总经理邓邱伟表示，数据与智能的融合带来了家电产品的体验升级。海尔已形成专业的家庭知识图谱，并应用于“智家大脑”。“智家大脑”依托自感知、自主学习模型算法，能够深入了解用户和家庭需求，从而打造更智慧更便捷的全屋数字化自适应体系。

“消费需求的变化促使家电与家居的交集变得更加密切，使两者的分界线越来越模糊。”京东家电家居事业部负责人表示，京东今年将以家场景为核心，构建新的家电家居消费生态，为用户提供场景化、套购化的家电产品。同时，通过整合线上线下资源，进一步优化生态产业链，改造线下门店布局，激发下沉市场潜力，推动趋势品类和新品发展。

在家电家居一体化趋势下，产品与家居环境的适配程度日益受到家电业重视。各冰箱品牌在新品开发中，不光以新的科技成果满足智能、健康生活需要，还在美学与实用性上大做文章。拥有超薄机身海信真空璀璨503冰箱，可让食材处于低压低氧的真空保鲜状态，并且通过真空技术外置化，为用户的食材保鲜提供更多便利。

嵌入式家电渐成新时尚。新亮相的容声无边界系列冰箱，通过前置散热系统，冰箱两侧与橱柜无需留出缝隙，能够实现完全嵌入橱柜的效果。

品牌向高端迈进

在产业端，中国家电及消费电子博览会历来是行业未来发展的风向标。在本次展

会举办的高峰论坛上，业内人士围绕数字智能深度融合、推动行业高质量发展等议题展开深入研讨。

作为我国家电行业头部品牌，海尔集团在家电行业耕耘39年，在向实创新方面进行独到探索。海尔集团高级副总裁、海尔智家股份有限公司董事长兼总裁李华刚表示，海尔探索高质量发展是向实创新的内核，主要包含两层含义：对外，海尔坚持奉行三级品牌创新战略，从高端品牌到场景品牌再到生态品牌；对内，海尔进行数字化深度变革，提高用户体验和企业效率。

打造高端品牌是我国家电业的重大课题。海尔的高端品牌打造从2006年“家电下乡”开始。当时，业界同行普遍以最低价格占领市场，海尔则创立了卡萨帝高端品牌，并用10年时间探索高端品牌。“创立一个高端品牌，不是把名字取得有多高端，而是要有扎扎实实的研发、制造工艺以及协同发展的人力团队作为后盾。尤其是市场团队，高端品牌不只是把产品品质做好，还需要传递理念，传递好的生活方式。”李华刚用数据说话，2022年卡萨帝的营收已突破200亿元。

国际化发展是中国家电巨头迈向世界一流水平的必由之路。TCL实业控股股份有限公司集团副总裁、TCL电子首席执行官张少勇用两个关键词概括了TCL品牌成功走向世界的秘诀，即“灯塔模式”和“铁三角模型”。在他看来，这不仅提升品牌全球化的战略韧性，而且可以高效持续打开新局

面。所谓“灯塔模式”，即每个区域选择一个重点国家深耕市场，把市场做好后，再以此为覆盖覆盖其他国家的市场。“铁三角模型”则是先搞定渠道，之后在当地建立工厂，再在当地建供应链。“到现在为止，这样的‘铁三角模型’已经在160多个国家和地区得到复制。”张少勇自豪地说。

智能技术的发展，构成了家电产业产品创新、场景发现、模式重构的新基座。彩电企业加速转型升级，拥抱新兴“屏世界”。海信集团董事长、总裁贾少谦表示，以前提到海信，大家首先想到的是海信显示产品，但在此次展会上，9大生活场景空间的亮相成为海信的“门面担当”，也折射出海信内部业务架构的新走向。依托场景为核心，海信希望帮助用户“尽享品质生活”。在这一理念指引下，海信发挥其在显示技术上的传统优势，以屏幕为介质，打造出连接生活的新业务增长触角。

近年来，老板电器展开了对厨房场景的数字化研究。该企业发现，未来用户厨房生活中真正需要的是一个“AI烹饪助理角色”，并由此发布了老板电器厨房智能系统数字厨电这一全新烹饪解决方案。“我们的智能厨电与人相互补充，相互促进。”老板电器总裁任富佳表示，数字厨电是一把钥匙，可以打开厨电产业的想象空间，帮助企业重构用户与产品、用户与企业以及用户与用户之间的关系。在给企业提出新课题的同时，也为企业营收增长提供了新红利。

日前召开的中共中央政治局会议和二十届中央财经委员会第一次会议，都强调加快建设以实体经济为支撑的现代化产业体系。在这个过程中，不仅要改造提升传统产业、培育壮大新兴产业，还要前瞻布局未来产业，真正抓住新一轮科技革命和产业变革的机遇，抢占全球科技产业竞争制高点。

从战略性新兴产业到未来产业，体现了我国进入新时期新发展阶段、加快构建新发展格局的新变化。我国自2009年就开始布局七大战略性新兴产业，近年来又频频提出培育发展未来产业。事实上，这两者都是由重大技术突破或发展需求带动的新兴产业，不同之处在于，战略性新兴产业是比较确定的能对经济社会全局和长远发展具有重大引领带动作用，而未来产业更为前沿，产业成长的不确定性更大，培育周期也更长。

用明天的科技锻造后天的产业，今天的未来产业可能就是明天的战略性新兴产业。前瞻布局未来产业，就是要先发制人，发挥先行者优势，探索“无人区”技术突破，为战略性新兴产业做好接续储备，培育我国经济高质量发展的新增量，适应加快构建新发展格局的需要，抢占全球科技竞争新前沿阵地，树立全球竞争新优势。

未来产业大有作为。当前，对未来产业的定义尚未有定论，但综合来看，未来产业是引领重大变革的颠覆性技术及其新产品、新业态所形成的产业。未来产业的发展就是要基于颠覆性技术的突破和产业化，依托技术与技术之间、技术与产业之间的深度融合。此外，未来产业不仅可以满足社会现有需求，还能创造新应用场景和新消费需求，并引导经营主体向更先进的生产力聚集，催生新技术新产业新业态和新模式。未来产业还将帮助我们不断突破认知极限和物理极限，提升社会生产力水平，拓展新的发展和生存空间。

未来产业潜力十足、前景广阔，全国各地都在积极布局，已有多个省份出台了相关政策文件，明确了未来产业的发展路径。毫无疑问，未来产业是区域经济发展的重要增量，但布局未来产业绝不能一哄而上。未来产业以颠覆性技术为最大特征，这决定了科研基础雄厚的城市更有实力率先布局，再辐射带动其他相关区域。此外，各地布局未来产业要因地制宜，比如，福建、山东、浙江等沿海地区，更适合布局现代海洋、生物技术、新材料等产业，而甘肃、陕西等中西部地区，可借助区域航空航天产业基础优势，培育航空航天等相关产业。

培育未来产业不能急功近利。未来产业投入大、回报周期长，培育起来需要耐心，要久久为功。要尊重产业发展规律，营造有利于创新的产业生态环境，提高研发投入支持力度，提升成果转化效率，增强原始创新能力，强化要素支撑，增强集聚效应，优化产业布局，深化国际合作，才能真正塑造发展新优势。

本版编辑 乔金亮 陶琦 美编 王子莹

非化石能源发电装机占比首超50%——

三大主线布局能源电力科技创新

本报记者 顾阳 纪文慧

所长吕清刚分析，实现“双碳”目标，关键在于降低能源生产与工业生产这两大碳排放来源，核心是建立低碳能源体系。要实现这样的变革，科技创新将起决定性作用。

在推动能源体系变革、实现电力行业绿色低碳转型路上，依然存在多重挑战。在中国工程院院士汤广福看来，目前至少有4个方面的困难亟待破解。一是煤电行业如何既发挥兜底保障作用，又不断提升清洁高效发展水平；二是在开发油气战略接替资源时，非常规油气开发、深井设备等尚在核心技术“卡脖子”情况；三是如何提高风光等新能源发电效率，进一步降低发电成本；四是在降低二氧化碳捕集与封存成本方面依

然需要大量的科技研发投入。

围绕上述挑战，电力行业正展开科技创新布局。去年3月份，中国科学院发布“科技支撑碳达峰碳中和战略行动计划”，该计划以解决关键核心科技问题为抓手，面向“双碳”战略重大科技需求，立足能源、碳汇等领域具体实施18项重点任务，全方位提供支撑保障。

吕清刚介绍，能源电力科技创新布局分为三大主线，一是化石资源高效清洁利用与耦合替代，二是清洁能源多能互补与规模应用，三是低碳化多能战略融合，通过化石燃料、可再生能源和核能融合发展路线，构建低碳、清洁、高效、安全的新型能源体系。

对于如何深挖非化石能源发电潜力，汤广福认为，推进能源转型的重要路径是加速开发并提升风光资源占比，包括提升风光电的传输能力，进一步强化数字赋能，把能源消费与新能源转型有机结合起来。

中国电力企业联合会理事长，国家电网有限公司董事长、党组书记辛保安表示，坚持企业主导，提高成果转化成效至关重要。为此，要不断延链、补链、固链、强链，发挥原创技术策源地和现代产业链“链长”作用，加速推进科技成果转化，并加强产业链供应链稳定。同时，强化科技人才培养，发挥行业平台作用，加强国际科技合作，丰富合作方式，推动标准走出去。

邮储银行贵州省分行 反诈宣传进广场 知识课堂受欢迎

近日，休闲娱乐的贵州省贵阳市乌当广场，成了群众学习“反诈识诈”的知识课堂。4月20日，邮储银行贵州省分行组织辖内各分支行参加由贵州省相关部门联合组织的大型反诈宣传进广场活动，旨在维护群众财产安全和合法权益，掀起全社会共同反诈热潮。

当天活动现场，气氛非常热烈。举办方通过情景剧、群口相声、反诈案例宣讲等多种形式向广大市民进行防范电信网络诈骗宣传。邮储银行工作人员全员出动，向群众分发宣传折页，现场解答疑惑、提示风险、普及反诈识诈安全知识。

“一定要牢记：不贪心、不相信、不转账！”“遇到不能辨别真伪的信息时，请及时拨打96110或110咨询电话，谨防上当受骗！”

对现场群众，尤其是老年朋友，邮储银行贵州省分行工作人员一声声叮咛、一句句嘱咐，用亲切的话语、真挚的交流，以贴近生活、易记易懂的方式，提醒大家识别各种诈骗套路，保护好自己的“钱袋子”。反诈识诈小知识有奖抢答，则让现场活动氛围进一步推向高潮。

“这样的活动真不错，今天现学现用，不仅加深了识别诈骗的知识，还领到了邮储银行的奖品。”李阿姨说道。

反诈工作的成效，不仅仅体现在这一天的活动中。识诈反诈，邮储银行贵州省分行一直在行动。2023年一季度，全行累计组织开展各类反诈宣传265次，宣传覆盖14万人。同时，还积极配合相关机构开展打击治理工作，处置恶意开户15起、协助相关机构破获涉诈案件21起、推送可疑账户线索10条，为受害人挽回损失40余万元。（数据来源：邮储银行贵州省分行）

浙江省嘉兴市南湖区 深化党建引领网格智治

网格作为基层治理的底座，连着大民生、蕴含大动能，是现代社区建设的重要基础。浙江省嘉兴市南湖区解放街道凌塘社区新居民占比54%以上，老旧小区多、拆迁户多，治理情况复杂。近年来，通过党建引领网格智治实践创新，筑强网格最小治理单元，实现治理效能叠加，打造幸福共同体样板。

创建“网格三人行”服务模式，重塑高效能网格治理体系。细化18个网格89个微网格，凝聚机关社区干部、专兼职网格员、红色物业、党员志愿者、社会组织等800余名“1+3+N”网格力量，培育爱心车队、舌尖护卫队等12支特色志愿服务队，以“网格三人行”模式灵活组团、平战结合、高效服务，打造“社区有网、网中有格、格中定人、分兵把守、守土有责”的精细化管理格局。

引入多元资金投入社区发展，打造高标准丰富基本单元。成立街道社区发展基金会，通过党建联建“凿渠引水”，整合社区单位、爱心企业等力量，募集200万元投入社区发展，助力强社惠民。开展“鲜花送给最可爱的人”等11个共富项目，全年累计服务退役军人560余人次，解决一老一小等问题9个。通过新居民绣花站、小红娘招工热线，推进帮富、助富、带富，累计解决就业岗位100余人次。

下一步，解放街道将以凌塘社区为样板，持续深化党建引领一网众治，围绕有人管事、有钱办事、有章理事。构建党建引领、政府引导、市场运作、群众参与、公益支撑的特色治理模式，打造引领共富的“示范样板”。（数据来源：中共嘉兴市南湖区解放街道工作委员会）

上海银行发布2023年一季度报：规模利润稳步增长 特色业务优势巩固

2023年4月27日晚间，上海银行（股票代码：601229）发布2023年第一季度报告。上海银行始终坚持战略引领，积极推进本轮3年发展规划（2021—2023年）收官，响应国家宏观政策导向，不断提升金融服务实体经济质效，推进结构调整，加快转型发展，强化信用风险管理体系，提升全面风险管理能力，深化数字化转型，加强金融科技赋能，提高金融服务创新水平。

规模利润稳步增长

报告显示，2023年3月末，上海银行资产总额29701.30亿元，较上年末增长3.18%。1月至3月，实现营业收入132亿元；实现归属于母公司股东的净利润60.43亿元，同比增长3.25%；基本每股收益0.43元，同比增长4.88%；3月末，归属于母公司普通股股东的净资产2063.46亿元，较上年末增长2.61%。

上海银行聚焦主责主业，加快普惠、绿色、科创、制造业等重点领域信贷投放，持续优化信贷结构，客户贷款和垫款总额13439.62亿元，较上年末增长3.02%；加强客户拓展，强化信用风险管理体系，提升全面风险管理能力，深化数字化转型，加强金融科技赋能，提高金融服务创新水平。

报告显示，上海银行资产质量保持稳定。3月末，不良贷款率1.25%，与上年末持平；拨备覆盖率286.84%，贷款拨备率3.58%，风险拨备水平充足。

特色业务快速发展

3月末，上海银行客户数较上年末增长1.71%；人民币公司贷款和垫款余额较上年末增长7.15%；人民币公司存款余额较上年末增长4.23%。

一季报显示，上海银行把握稳增长主线，聚焦普惠金融、绿色金融、科创金融和制造业等重点领域，创新完善服务实体经济的金融产品与服务，提升专业化服务能力。3月末，普惠型贷款、绿色贷款、民生金融贷款、制造业贷款、科技型企业贷款余额分别较上年末增长9.25%、15.05%、10.30%、6.58%和6%。

上海银行深化金市同业投资交易能力，持续推进业务结构优化。强化市场趋势研判，重点加大利率债、金融债和高等级信用债配置力度，积极把握交易机会，加强核心交易能力对代客业务输出。3月末，债券投资规模较上年末增长11.43%，代客业务客户数较上年末增长14.71%。

深耕零售金融业务

上海银行顺应市场变化，提升高质量服务和数字化体验，满足客户全方位、多层次的金融需求，从养老金融、财富管理、消费金融等领域突破，加快特色业务培育和结构优化。报告期末，零售客户较上年末增长0.86%；人民币个人存款余额较上年末增长6.86%。其中，上海银行始终保持上海地区养老金客户市场份额领先；财富管理中间业务收入环比2022年四季度增长超过21%。

同时，上海银行加快中长期优质零售信贷投放，立足区位优势，服务居民合理购房需求，积极布局绿色信贷领域，加大与新能源造车龙头企业合作，并围绕客户多元消费需求推出针对性信用卡活动，用实惠补贴促进消费提升。3月末，住房按揭贷款余额较上年末增长0.35%；新能源汽车消费贷款余额较上年末增长44.80%。（数据来源：上海银行）

·广告

·广告

·广告