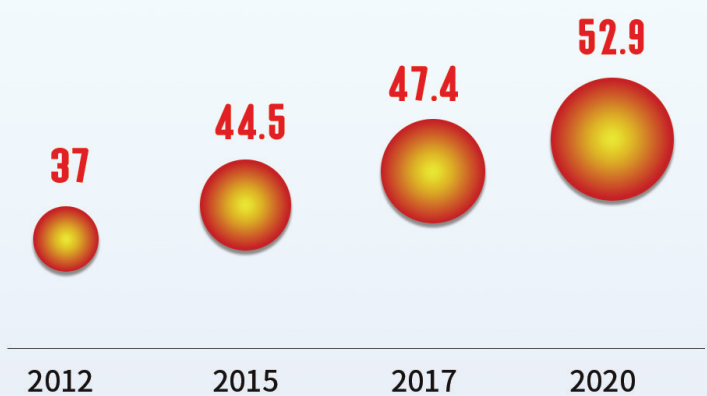


## 彩电业勇立全球潮头

我国彩电平均尺寸变化图（单位：英寸）



本报记者 王伟

作为传统“电器三大件”——电视机经历了从黑白到彩色、从笨重的CRT到轻薄平板电视的嬗变，为百姓的文化生活增添了许多色彩。

从无到有、由强变大。近二十年来，我国彩色电视机产业完成了从自己自足到彩电主要出口贸易国的华丽转变。中国企业打造出享誉国际的彩电知名品牌，成长为彩电行业引领者，在显示技术、产品形态、关键功能等方面引领市场潮流，受到全球用户的认可。

在供给侧方面，我国彩电产量大体呈稳步上升趋势。国家统计局数据显示，2000—2020年，我国彩色电视机产量整体呈上升趋势，增长超过5倍；2020年全年中国彩电累计产量达到19626.2万台，累计增长4.7%。截至2021年3月，中国彩电

产量为1824万台，同比增长为3.2%。

在开拓海外市场方面，国内彩电厂商通过提高技术研发能力，设立组装厂、销售网络和服务体系，提高海外市场开拓能力，积极参与国际竞争；通过并购国外企业提升国际竞争力，TCL在美洲、海信在欧洲、创维在东南亚、小米在印度均取得良好的销售业绩，并建立了自主品牌的美誉度。

彩电品牌在海外市场的亮眼表现助力我国成为全球彩电行业贸易主要出口国之一。根据海关总署数据，我国彩色电视机出口数量整体稳步增长，历年彩色电视机出口量占产量比重基本保持在50%以上。2020年全年中国液晶电视机出口量累计达到9994万台，累计增长6.8%。在出口金额方面，2020年全年中国液晶电视机出口金额累计达到134.32亿美元，累

计增长7.3%。

值得注意的是，我国彩色电视出口产品档次和质量不断提高，彩色电视机已成为我国在全球具有一定国际竞争力的行业。在面板、整机和芯片等产业链上下游协同创新的大背景下，激光电视、量子点背光液晶、Mini LED背光液晶、叠屏液晶等技术被广泛应用于彩色电视机产品。

在消费端方面，彩电产品更大、更清晰也变得更聪明了，高端、大尺寸化成为消费潮流。中国电子视像行业协会数据显示，2016年—2020年，我国彩电平均尺寸从44.5英寸增长至52.9英寸，平均每年增大1.7英寸。彩电产品已经告别标清，步入超高清时刻——4K电视机销售量及占比持续增长，进入全面普及阶段，近五年来，我国4K超高清电视渗透率从30.8%增长到71%，8K电视开始成为主流品牌力推的旗舰产品。

在产品形态创新和智能化提升方面，厂商发挥创造力推出的智慧屏、旋转屏、曲面屏、卷轴屏令人应接不暇；在功能上，品牌厂商将AI智能语音技术、摄像头和传感器集成于电视终端，让彩电具备语音交互、网络传输、图像采集、动作捕捉和动作纠正等一系列功能。彩电“智商”不断提高，进一步满足了老百姓的社交、会议和健身的个性化需求，让人们用彩电参加在线会议、用彩视频频交友、用彩电健身娱乐成为可能。

技术创新和产品升级，为用户带来更好的信息娱乐体验，也让中国品牌获得更多与世界一流品牌竞争的砝码，打造了我国成为彩电主要出口贸易国的产业“金钟罩”。



## 国产手机收获国际掌声

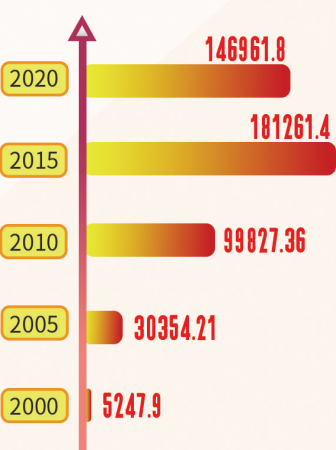
本报记者 卢梦琪

从2G、3G、4G，再到5G通信时代，手机实现了从单色屏到彩色屏，从功能机到智能机的迭代升级，并不断朝着智能化、高端化演进，为大众的娱乐生活增添了许多精彩。

近年来，手机产品在形态和外观上的变化十分丰富。20世纪90年代，可以进行拨号通讯的大哥大盛行，这是1G通信时代的标志性产物。进入21世纪，2G让手机的功能不再局限于打电话，还具备发短信、浏览网页、玩游戏等功能。2010年，3G时代正式到来，手机能快速处理图像、音乐、视频、电子商务等多媒体功能，手机外观开始删繁就简。2015年，4G时代带给手机众多音视频应用体验，触摸屏、曲面屏、全面屏逐渐兴起，手机智能化发展加速。2019年开始，我国迎来5G时代，高速率、大容量、低时延、高可靠特性让手机使用体验提速、提质。工信部数据显示，2020年国内5G手机出货量为1.63亿部，占同期手机出货量的52.9%。

从功能创新角度看，伴随着我国手机行业逐步发展成熟，手机产品功能设计逐渐向更智能的方向演进。2016年—2017年全面屏兴起，2018年—2019年屏下指纹引领创新，2020年及以后5G驱动屏幕新一轮升级，正在朝全屏化、一体化、简洁化迈进。屏下指纹、屏下摄像头的研发将进一步提升屏占比，满足大众希望手机屏幕更大、更全的需求，而新近开始爆发的折叠屏手机则满足了大众对更大屏幕的渴望和对科技满足感的追求。

2000年—2020年我国手机产量情况（单位：万台）



本报记者 王伟

改革开放以来，中国家电行业实现了从无到有、由小到大，正在由大变强，向高质量发展。如今，中国家电产业已经成长为中国少数具有国际竞争力的行业之一，规模、质量和效益都取得了优异成绩。

中国家用电器协会数据显示，2020年中国家电工业完成主营业务收入14811亿元，完成利润总额1157亿元，比2015年增长16.5%。家电生产规模持续数年稳居世界首位，主要家电产品产量多数居世界前列，其中，2020年中国空调产量达到1.5亿台，冰箱产量达到8100万台，洗衣机产量达到6800万台，其他家电的产量也颇具规模。此外，我国家电产业还形成了完整的产业链、关键零部件技术取得突破。

随着我国家电产品加快更新换代，出口产品档次和质量也随之不断提高，中国家电行业已成为我国在全球具有一定国际竞争力的行业。中国家电出口额在全球贸易中的比重为38%，空调、电视机、微波炉在全球家电的比重为70%~80%，冰箱、冷柜、洗衣机占全球产量的比重为50%~55%，小家电占全球产量的

比重为50%，冰箱压缩机占全球产量的比重为60%~70%。

2020年在新冠肺炎疫情全球蔓延的背景下，中国家电产业链的优势得到充分体现。2020年中国家电的出口额为837亿美元，同比增长18%，比2015年增长了48.1%。

中国家电产业已经逐渐意识到产业发展质量的重要性，近年来，中国家电工业完成了从过去的追求规模、追求速度的粗放型发展模式向创新驱动发展模式的转型升级。中国家用电器协会数据显示，“十三五”期间，中国家电行业的利润率达到7.8%，而十几年前中国家电行业的利润率只有2.6%。

中国家电行业如今巨头林立，涌现出美的、海尔、格力等一批千亿元级甚至超过2000亿元规模的头部企业。近十年来，以上品牌出口产品的自主品牌占比逐年提升，在高品质、新技术家电新品和海外品牌兼并等多举措加持下，海尔和美的两个品牌的海外业务收入占比都已超过40%，中国家电品牌的国际影响力开始显现。中国家电工业成为“中国智造”驰名世界的代表性行业。

中国家电企业围绕“增品种、提品

代产线满产满销。新技术加持不断提升显示性能，低温多晶硅、氧化物等产品量产能力不断提升，叠屏、屏下指纹、动态背光等新技术的开发进一步提升了我国在TFT-LCD领域的优势地位。在AMOLED领域，京东方于2017年实现了中国第一条、全球第二条6代AMOLED显示屏生产线的量产。目前我国已经开工建设的6代AMOLED生产线有6条，2021年生产能力将达到715万平方米。全柔性AMOLED面板生产线批量出货，8K超高清、窄边框、全面屏、折叠屏、透明屏等多款创新产品全球首发。Micro LED显示、印刷显示、微显示、全息显示等前沿领域实现与国际同步布局。

产业配套能力稳步提升。随着面板产能的不断扩张及产线的相继投产，我国玻璃基板、盖板玻璃、液晶材料、湿电子化学品等配套材料本地配套率均已超过50%，TFT-LCD关键材料本地化配套率达到60%。关键设备方面，我国企业以后段或检测/包装等周边设备为主，部分设备在国内市场占有率已超过70%，且实现了从非核心领域向核心领域不断扩展，部分核心装备实现零的突破。

## 家用电器引领品质生活

质、创品牌”的三品战略，在冰箱、洗衣机、破壁机、扫地机器人等品类的高端产品市场后来居上，占据主导地位。家电产品品质进一步提高，家电产品品牌集中度、市场监督抽查合格率、产品质量及用户满意度、美誉度进一步提升。

“十三五”期间，中国家电企业纷纷加大信息化、自动化投入，智能制造水平显著提高。数字化生产管理、质量管理、供应链管理、设备管理和远程运维服务等新模式在家电行业的应用日益广泛。龙头企业建立了工业互联网平台，建成多个智能工厂，形成以用户为中心的大规模定制生产模式，智能制造达到世界先进水平。

看似普通的家用电器的更替变化，不仅折射出中国社会和经济发展的沧桑巨变，也是人民追求美好生活的真实写照。消费升级的大背景下，人们对家电的需求从改革开放初期电视机、洗衣机、电冰箱“三大件”，升级到20世纪90年代的电热水器、吸油烟机、电饭煲、电卷发器、电动剃须刀等；如今智能家电、分区洗洗衣机、扫地机器人、净水机、破壁料理机、洗碗机等新兴品类成为百姓的“新宠”，成为百姓追求品质生活的一个缩影。