

高温带火空调市场

本报记者 谷月

今年可谓是异常“火热”的一年，全球多地持续高温，部分地区最高气温超40℃。受高温天气拉动，国内空调市场开始回暖。不过，空调市场若要实现持续增长，一方面要看天气，另一方面也要向外寻求新增动力。

高温拉升空调销量

今年，空调行业呈现“先抑后扬”的发展态势。在全国房地产市场不振、消费意愿弱，以及疫情等大环境因素影响下，空调行业产销规模整体萎缩。据产业在线最新发布的数据，2022年上半年，家用空调生产总量为8296.80万台，同比下降4.11%。销售量同比下降1.68%，其中内销4407.71万台，同比下降1.21%；出口4084.60万台，同比下降2.18%。库存同比增长1.58%。进入下半年，全国出现大范围、持续性的异常高温，使得空调市场开始回暖。据奥维云网监测数据，近两个月，线上空调的零售额持续增长，周增幅最高已超过80%。线下市场方面，12个省份或地区的空调销量明显增加。其中，处于高温区的上海空调周销售量增速最高超400%。京东平台的数据显示，6月以来，京东家电空调销售额环比增长超过400%。

空调市场阶段性的回暖似乎也再次验证了“空调靠天吃饭”的市场规律。此次高温天气影响范围广、持续时间长、高温强度高。预计未来一段时间，高温天气还会持续。业内认为，受天气影响，今年国内空调销量将持续向好。

海信空调品牌部总经理朱海波向《中国电子报》记者介绍说，今年1—7月，海信空调内外销都实现了同比增长，国内市场销额超过63亿元，尤其在第22至29周，受高温天气刺激，价格超过2万元的新风空调销售量连续8周增长。随着消费者认知水平和消费能力的提高，预计下半年具有新风、净化、加湿等功能的复合型产品将迎来发展机遇。

大量产能需要释放

在内需爆发式增长之际，空调行业供需环节却遭遇“梗阻”。由于大宗原材料价格持续高位，关键部件全球性紧张，以及年初的消费信心不足等原因，今年空调行业库存储备不足，行业开始出现旺季缺货现象，甚至有些厂商的空调预约安装需要等到10天之后。

进入八月份，新一轮“冷年”已经来临。业内普遍认为，未被满足的新增需求将延续到新“冷年”。尤其在起始阶段，空调出货量在去年低基数上大概率会出现较为明显的增长。据奥维云网（AVC）预测，2022年下半年，空调零售量将达1947万台，同比下滑1%，下滑趋势明显收窄。

“一方面，空调市场需求韧性长期存在；另一方面，市场恢复性需求释放仍待时间。”产业在线空调产品总监索晓芳向《中国电子报》记者指出，空调市场若要实现持久正增长，一方面要看天气，另一方面也要向外寻求新增动力。如今，我国空调产业的内销进入瓶颈期，而中国作为空调制造大国，大量的产能需要释放。

根据中研普华产业研究院发布的报告数据，截至2021年11月，我国空调产量达19741.4万台，同比增长4.3%。而根据奥维云网数据，2021年国内空调市场全年零售量为4689万台。由此可以看出，我国剩余空调产能规模巨大，需要更有潜力的外销市场消化。

从产业在线整理的外销数据来看，今年第一季度为中国家用空调总体外销市场的备货旺季，出口排产较往年同期增长13.7%，同时出口量也实现稳定增长。虽然第二季度受生产成本上升及国际市场通胀压力影响，出口排产趋势向下。不过，空调出口额一直延续增长，上半年家用空调出口销售额累计达到76.6亿美元，同比增长12.3%，第一季度和第二季度同比分别增长了21.8%和4.3%。

高温为空调出海带来利好

如今，高温天气正覆盖全球。欧洲地区不断打破高温纪录，部分地区气温一度高达40℃。印度高温更是直逼人类的生存极限。在极端高温天气的刺激下，今年成为空调出口的好时机。

据产业在线数据，2022上半年，欧洲、亚洲和非洲空调市场均实现了增长。据产业在线分析，亚洲地区空调市场的增长主要是由于夏季到来，气温上升以及贸易政策的开放实施，不断刺激市场需求，使得亚洲市场在大环境低迷的情况下仍呈现同比0.2%的增长。其中，中亚市场增势领先，累计增长达到106.7%。随着中国与中亚五国的建交持续深入，有望带动贸易往来持续增长，中东地区的空调销量同比上涨达到12.3%。非洲地区由于低基数原因，也实现了8.9%的增长。

值得一提的是欧洲市场。一直以来，空调产品在欧洲的普及率极低。根据国际能源组织报告数据，空调在美国和日本的普及率基本达到了90%，中国则为60%。相比之下，欧洲、印度仅为5%、6%。

奥维云网（AVC）大家电事业部产品总监杨超向《中国电子报》记者分析称，这主要有以下几方面因素：其一，以往欧洲极端天气持续时间短，出现连续高温的情况并不多见；其二，当地空调安装和使用成本高，如安装一台空调大概需要1500欧元，使用一年的电费大概是200欧元；其三，低耗能建筑和传统习惯问题制约当地人采购空调；其四，空调安装流程繁琐，要征求各方意见，沟通成本很高。

可见，我国空调产品若要打入欧洲市场十分困难。不过，由于近两年来受当地气温攀升刺激，以及在日积月累的消费教育下，欧洲居民的认知与习惯终于有所改变，市场也逐渐被开发出来。如今欧洲市场规模已与北美相仿，且上半年的空调销量同比上涨4.4%。

国际能源组织预计，欧洲的空调数量将在20年内增加一倍，到2050年，欧洲的空调安装数量有望达到2.75亿台。

长期来看，业内对于空调外销市场普遍看好。

索晓芳表示，从国际市场角度看，随着海运和原材料成本得到一定缓解，以及国内部分空调企业的运营能力加强，未来海外市场对我国质优价廉空调产品的需求必然增加。

朱海波表示，海信集团在生产、研发、渠道端有较好的全球化布局，接下来，企业将把握好集团优势，在“研产销”协同基础上，实现产品力、营销力、制造力、品牌力的多方位提升，在全球积极拓宽客户和渠道，优化产品，提高海外竞争力。

业内认为，在全球高温常态化下，中国空调出海势将迎来新机遇。



据产业在线最新发布的数据，2022年上半年，家用空调生产总量为8296.80万台，同比下降4.11%。销售量同比下降1.68%，其中内销4407.71万台，同比下降1.21%；出口4084.60万台，同比下降2.18%。库存同比增长1.58%。

进入下半年，全国出现大范围、持续性的异常高温，使得空调市场开始回暖。据奥维云网监测数据，近两个月，线上空调的零售额持续增长，周增幅最高已超过80%。线下市场方面，12个省份或地区的空调销量明显增加。其中，处于高温区的上海空调周销售量增速最高超400%。京东平台的数据显示，6月以来，京东家电空调销售额环比增长超过400%。

空调市场阶段性的回暖似乎也再次验证了“空调靠天吃饭”的市场规律。此次高温天气影响范围广、持续时间长、高温强度高。预计未来一段时间，高温天气还会持续。业内认为，受天气影响，今年国内空调销量将持续向好。

海信空调品牌部总经理朱海波向《中国电子报》记者介绍说，今年1—7月，海信空调内外销都实现了同比增长，国内市场销额超过63亿元，尤其在第22至29周，受高温天气刺激，价格超过2万元的新风空调销售量连续8周增长。随着消费者认知水平和消费能力的提高，预计下半年具有新风、净化、加湿等功能的复合型产品将迎来发展机遇。

空调市场阶段性的回暖似乎也再次验证了“空调靠天吃饭”的市场规律。此次高温天气影响范围广、持续时间长、高温强度高。预计未来一段时间，高温天气还会持续。业内认为，受天气影响，今年国内空调销量将持续向好。

此次高温天气影响范围广、持续时间长、高温强度高。预计未来一段时间，高温天气还会持续。业内认为，受天气影响，今年国内空调销量将持续向好。

预计未来一段时间，高温天气还会持续。业内认为，受天气影响，今年国内空调销量将持续向好。

受天气影响，今年国内空调销量将持续向好。

今年国内空调销量将持续向好。

国内空调销量将持续向好。

空调销量将持续向好。

销量将持续向好。

持续向好。

向好。

好。

。

。

。

。

。

今年国内空调销量将持续向好。

国内空调销量将持续向好。

空调销量将持续向好。

销量将持续向好。

持续向好。

向好。

好。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

。

上半年我国家电市场销售规模3609亿元

本报讯 记者王伟报道:近日,全国家用电器工业信息中心发布《2022年中国家电行业半年度报告》。数据显示,上半年我国家电市场销售规模3609亿元,同比下降11.2%(品类涉及彩电、白电、厨卫、小家电产品)。

全国家用电器工业信息中心数据显示,2022年上半年,彩电、空调、冰箱(含冰柜)、洗衣机(含干衣机)等传统大家电的国内市场零售额合计2090亿元,同比下降12.5%。干衣机品类实现了15.5%的增长,彩电、空调降幅超过15%。

在此市场大环境下,大家电品牌表现不一,彩电、空调、冰箱、洗衣机品类中“强者恒强”的趋势明显,同时大家电内部产品结构发生持续变化。比如,液晶电视中分化出mini LED细分赛道,空调市场中,一匹半的市场份额占有率明显加大。在消费升级的大趋势下,产品性能不断提升,功能不断丰富。彩电在屏幕尺寸这一重要维度上不断升级,线下市场75英寸彩电的销售额已占1/4,超大屏85英寸及以上市场的销售额接近总量的1/5,120Hz的高刷新率电视销售呈现爆发式增长。在空调市场上,一级能效的空调零售量占市场份额已达76%,新风空调零售量占市场份额同比翻倍。冰箱以多门、大容积嫁接更强的保鲜性能,洗衣机容量高度集中于10kg,烘干、洗护是最受关注的功能热点。

其中,厨卫电器上半年市场规模为931亿元,同比下滑8.3%。其中以油烟机、燃气灶、消毒柜为代表的传统厨电增长乏力,产品内卷严重,比如油烟机品类,大风量、大风压已成为主流产品的标配,一些企业开始尝试在静音以及制冷等方向上提升产品竞争力。厨电市场目前主要依靠新兴品类拉动,集成灶企业今年加紧产品结构升级,比如蒸烤独立款集成灶,破解了多功能需求与有限厨房空间之间的矛盾;“空气炸锅”功能也被融入集成灶产品当中。洗碗机作为“懒人家电”的代表,参与品牌数量不断增加,产品向嵌入式持续扩张,13套及以上大套数产品份额提升,具有高温清洗、烘干和自清洁等健康功能的产品不断推出。在消费者对家电功能集成化的偏爱下,集成灶洗碗机增长势头迅猛。

2022年上半年,生活电器国内零售额为589亿元,同比下降10.8%。但生活电器品类宽泛,具有创新活跃、技术迭代速度快的特点,随着人们生活方式的细微变化,不断有新场景、新功能的需求出现。目前我国家庭生活电器保有量还处在较低水平,长期来看仍有较大的增长空间。比如在整体低迷的厨房小家电中,随着咖啡文化的兴起,咖啡机表现优异,其中均价在1700元以上的半自动意式咖啡机迎合了操作型消费者的偏好,领涨咖啡机市场。清洁电器中,处在消费升级风口的洗地机,去年以来风头更胜扫地机器人一筹,以市场规模翻倍式的同比增长,成为清洁电器第一大品类。随着市场竞争充分展开,今年的洗地机新品在产品性能和使用体验上有了进一步提升,比如水电续航能力和电机性能、行走助力以及贴边设计等。

我国信息通信业十年取得跨越式发展

（上接第1版）工信部聚焦优化营商环境，不断提升信息通信行业管理能力。针对增值电信业务经营许可等行政许可事项，优化审批流程、简化审批材料，有效激发市场活力。全面建成线上线下一体化政务服务平台，实现全程网办、一网通办。APP侵害用户权益专项整治、垃圾信息治理、“黑带宽”清理等工作成效显著，营造了规范有序的市场环境。基础资源管理不断强化，核准网站数392万个，注册域名3380万个，核配电信网码号数量超过16万个，有力支撑行业高质量发展。“携号转网”服务全面推广，信息基础设施共建共享深入推进，宽带接入网业务试点持续开展，移动通信转售业务正式商用，电信市场对外开放步伐加快。截至2022年7月，全国电信业务持证企业超过13万家，是2012年的4.9倍，信息通信行业市场蓬勃兴起。

五是无线频谱资源保障更加有力。以《中华人民共和国无线电频率划分规定》为基础，制定发布近30部规范性文件，科学规划、合理配置宝贵的频谱资源，有力保障信息通信、交通运输、航空航天、公共安全、军事国防等重点行业、部门以及国家科技重大专项和战略性新兴产业的频率使用需求。2017年在国际上率先发布第五代移动通信(5G)系统中频段频率使用规划，为基础电信运营企业共许可770MHz带宽5G中低频段频率资源，许可的中低频段频率资源总量居世界前列。

六是安全保障能力不断增强。网络和数据安全管理体系日臻完善，行业数据安全监管体系初步建立，基础电信网络保持安全稳定运行。工业互联网、车联网、5G等新型基础设施安全保障框架体系初步形成。网络安全产业综合实力快速提升。电话用户实名制全面实施，防范治理电信网络诈骗、整治网络黑灰产等行业源头治理工作纵深推进。应急通信保障能力不断增强，圆满完成突发事件应急处置和重大活动应急通信、无线电安全、网络安全保障任务。工信部北京冬奥会无线电管理协调小组办公室被中共中央、国务院授予北京冬奥会、冬残奥会突出贡献集体荣誉称号。

“站在新的起点上，信息通信业将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定信心、接续奋斗，坚决把党中央、国务院决策部署落到实处，加快制造强国、网络强国、数字中国建设步伐，为全面建设社会主义现代化国家作出新的更大的贡献。”谢存表示。

（上接第1版）近5年累计建设30多个100亿元以上、250多个10亿元以上项目，特斯拉、上汽大众MEB、宁德时代和重型燃气轮机等高能级项目纷纷落地。2020—2022年连续三年举办全球投资促进大会，累计签约项目690个，总投资14974亿元；累计开工项目217个，总投资5719亿元。

新业态新模式蓬勃兴起。在全国率先发布“在线新经济23条”，软件和信息服务业2021年营业收入达到13098.4亿元（2011年为3075亿元），十年来年均增长18.2%。培育30余家新生代互联网领军企业。生产性服务业重点领域营业收入达到3.5万亿元。文化创意产业年均增长超过10%。率先布局数字经济、绿色低碳、元宇宙、智能终端新赛道。

加快实施创新驱动发展战略，关键战略领域不断实现新突破

上海以承担国家战略任务为牵引，实施产业基础再造工程，加快推进关键核心技术攻关，打好产业基础高级化、产业链现代化的攻坚战，提升产业链供应链自主可控能力。

“大国重器”“尖端产品”竞相涌现。国产C919大飞机成功首飞，首艘国产大型邮轮坞内起浮，“福建号”航母下水，雪龙2号极地科考破冰船，大型LNG运输船、双燃料集装箱船等国内第一、国际领先，世界首条公里级高温超导电缆正式投运；深度参与长征五号、嫦娥四号、天问一号、天宫二号、神舟十四号、天舟一号、北斗等重大国家战略；集成电路先进工艺规模量产，5纳米刻蚀机、12英寸大硅片、国产CPU、5G芯片、智能芯片等技术产品实现突破。

重量级创新平台布局推进。创建集成电路、智能传感器两个国家级制造业创新中心，建设智能网联汽车、海洋工程装备、燃气轮机和高端医疗装备等6家市级制

造业创新中心，形成国家级95家、市级713家、区级1600余家的企业技术中心创新网络。规模以上工业企业R&D经费支出相当于主营业务收入的比例提高到1.65%，企业专利授权量占全市总体比例达到85%左右。

重要创新成果加速产业化落地。成立中国工程院院士成果展示与转化中心，首批66项成果加快落地。高端医疗装备无闪烁晶体材料、自动驾驶激光雷达等实现本土研发，大型五轴联动数控装备技术性能达到国际先进水平，集成电路高端抛光液、航空玻璃原片、低损耗光纤涂料等实现量产突破，近5年推广203个首台套装备、35项首版次软件、64项首批次材料。

主动顺应数字化变革大趋势，城市数字化转型不断续写新篇章

上海将推进城市数字化转型作为推动高质量发展、创造高品质生活、实现高效能治理的重要抓手，坚持整体性转变、全方位赋能、革命性重塑，全力打造具有世界影响力的国际数字之都。

数据驱动构建数字城市基本框架。在全国率先出台实施《上海市数据条例》，揭牌上海数据交易所，加快建设国际数据港，2020年成为我国首个获得世界智慧城市大奖的城市。建设“三张网（5G网、固网宽带、物联网）、两平台（人工智能计算公共服务平台、信息基础设施动态监测平台）、一中心（互联网数据中心）”、双千兆（5G移动网络千兆和光纤宽带网络千兆），率先建成“双千兆第一城”。

数字化提升经济发展质量。实施“工赋上海”行动，分类分层建成26个工业互联网平台，带动20万家中小企业上平台，打造3.5万个工业APP、150万个数据集、5500个工业算法、2700个行业级知识图谱；建成上汽乘用车、华谊新材料两家国家级标杆智能工厂，培育5家国家级智能

制造示范工厂、60家市级智能工厂，重点产业机器人密度达383台/万人，远超全国246台的平均水平。

数字化提升城市生活品质。聚焦市民最关心、最直接、最受用的需求，重点打造“便捷就医少等待”“智能出行即服务”“为老服务一键通”“数字酒店管家”“智慧早餐惠民计”等标杆应用场景。实施数字伙伴计划，招募1200余名“信息助力员”，组建600人“数字体验官”队伍，建设首批153个数字助老“微站点”，推动本市66个政府网站、47个移动端应用和23家企业应用进行适老化改造，弥合“数字鸿沟”。

数字化提升现代化治理效能。深化政务服务“一网通办”改革，平台个人实名认证数突破5700万，网办比例超70%；推进业务流程再造，推出27个“高效办成一件事”标杆场景。提升城市运行“一网统管”效能，汇集67个部门210个系统1150个应用，打造1个市级指挥平台+16个市级专项指挥平台+16个区级指挥平台的“1+16+16”指挥体系，实现城市运行高频、高发、重点事件统筹管理。

持续打造国际化法治化便利化营商环境，产业发展生态不断获得新提升

上海以深化“放管服”改革激发市场主体活力，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，做到“五好五不缺”，即好项目不缺土地、好产业不缺空间、好应用不缺场景、好创意不缺人才、好团队不缺资源，为产业经济高质量发展厚植沃土。

高效能企业服务助力新发展。中小企业发展环境持续优化，在全国首创电子政商综合服务平台——“上海市企业服务云”，6000名企业服务专员服务覆盖近10万家企业。培育市级“专精特新”企业4432家、国家专精特新“小巨人”企业262家。在2020年度和2021年度全国中小企