



XR 产业再掀投资热潮

本报记者 王伟

近日，深交所全资子公司深圳证券信息有限公司发布公告称，推出包括扩展现实（简称“深证XR”）在内的三个细分的数字经济主题指数。XR企业将有望受到更多投资者关注、享受更多配套基金和指数产品带来的红利，深度共享资本市场“盛宴”。进入2023年以来，XR企业在一级市场的投融资表现可圈可点，硬件厂商投融资事件密集。长期来看，XR产业发展仍具有确定性。

新指数帮助XR企业脱颖而出

深圳证券信息有限公司表示，本次指数发布是为了发挥市场表征引领功能，刻画重点领域上市公司运行特征，多维度反映深交所服务国家科技创新发展战略，进一步丰富创新投资标的，更好地服务中长期资产配置需求。

公告表示：“深证XR”指数（代码“970046”）将从深市A股中，选取公司业务范畴属于增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、混合现实（MR）等扩展现实（XR）主题，市值大、流动性好、创新能力强的50只股票构成样本股，良好反映新一轮科技产业革命下扩展现实产业上市公司运行表现。下一步，

深交所将加快推进重点领域指数体系和产品体系建设，加速推进相关领域基金产品开发，尽快实现跟踪指数产品落地，为各类投资者分享创新发展红利提供多元化投资工具，有效引导市场资源配置到国家重点支持领域。

在众多数字经济细分行业中，XR缘何被选为第一批指数？

艾媒咨询CEO兼首席分析师、港股100强研究中心顾问张毅接受《中国电子报》记者采访时表示，此次深交所推出XR指数，印证了资本市场对XR相关产业发展的长期看好。长远来看，XR技术和相关产品的市场应用场景是十分乐观

一级市场再现XR硬件融资热

不仅在二级市场受到特别关注，进入2023年，XR企业在一级市场的投融资表现也可圈可点，其中，硬件厂商的投融资事件十分集中。

IDC中国高级分析师赵思泉在接受《中国电子报》记者采访时表示，长期来看资本仍然相对看好XR行业未来发展。据记者不完全统计，2023年第一季度共有5家XR硬件厂商获得新一轮融资，不少融资金额都在亿元级别。奇遇VR在1月宣布完成4亿元C轮融资，小派科技在2月宣布完成2亿元C1轮融资。在3月，大朋VR宣布完成新一轮过亿元融资，AR企业雷鸟创新也宣布获得过亿元首轮融资。

行业专家表示，当前资本更倾向于成熟型XR硬件企业，融资金额也较为客观。这些企业深耕XR硬件

多年，具备深厚的创新技术积累和技术“护城河”，例如其中奇遇VR、小派科技都是C轮融资，大朋VR已先后完成了11轮融资。

深究其原因，行业专家认为随着品牌集中度提升，中国XR硬件市场的准入门槛越来越高，零积累的创业企业进入市场的难度不断提升。

“中国VR硬件市场的品牌集中度较高，2022年PICO在中国VR一体机市场份额已经超过70%。AR市场目前品牌集中度相对较低，几家头部厂商在2022年差距不大。”赵思泉表示，AR市场仍有初创公司进入的空间，VR新玩家预期还是以手机厂商为主。

“整体来说，市场依然处在变化活跃期，所以新的硬件企业依然还是有空间的。”GfK中国科技事业部

用“长期主义”丈量行业价值

相比前两年元宇宙高歌猛进的发展势头，目前风头正盛的ChatGPT掩盖了XR企业的不少光芒。不过，XR企业近期在资本市场的种种异动证明了其长期发展仍具有确定性。

前不久，富士康科技集团母公司、鸿海科技集团收购AR眼镜ODM方案商佐臻的消息，让XR行业再次感受到暖意。鸿海科技集团董事长刘扬伟表示，通用人工智能和生成式AI的应用将降低元宇宙内容生成成本，加速元宇宙发展，让鸿海更多品牌客户推出更多AR/VR/MR产品。鸿海计划今年将强化在AR眼镜端的布局，以掌握新应用和技术带来的成长机会。

基于元宇宙作为下一代互联网

的判断，相关机构纷纷发布预测看好元宇宙和VR产业发展前景。全球咨询机构麦肯锡预计，元宇宙到2030年有望创造5万亿美元规模的新市场。德勤预测，2023年全球VR市场收入将达70亿美元，较2022年47亿美元增长近50%。

面对XR产业良好的发展前景，相关产业人士纷纷呼吁，深耕创新技术和产品，用“长期主义”丈量行业价值。

张毅对记者表示，广义上说XR属于科技行业，它在数字娱乐和工业生产都有很多的数字化应用，具有广阔的前景。但是XR并不是一种投资回报很快的行业，相关企业仍需要时间和空间的滋养，因此投资者需要抱着长期主义的投资心态来看待，否

广东2023年计划建设多个显示项目

本报讯 近日，广东省发展改革委发布了《广东省2023年重点建设项目计划的通知》。（以下简称《通知》）。《通知》指出，2023年，广东省共安排省重点项目1530个，总投资8.5万亿元，年度计划投资1万亿元。其中多个显示项目在列。

根据此次公布的“广东省2023年重点建设项目计划表”，

涉及显示产业的相关项目包括：惠州TCL集团模组整机一体化智能制造产业基地项目、广州新锐光掩膜产线、广州华星第8.6代氧化物半导体新型显示器件生产线项目、广东光大第三代半导体科研制造中心MiniLED COB显示模组项目、鸿利光电LED新型背光显示二期项目（Mini/MicroLED等）、广州国显科技有限

中国家电企业打造“世界名片”

（上接第1版）在家用电器等领域培育一批国际知名品牌。推广具有中国文化、中国元素、中国技艺的产品，树立行业品牌。鼓励第三方机构加强品牌策划、评价、宣传等服务，助力海外商标注册、品牌国际化推广，提升品牌影响力。

中国家电品牌走向海外，培育和强化本土化能力是其中的重要一环。家电属于耐用消费品，产品和服务都要紧紧围绕目标市场，因此在产业链和销售端本地化的优势更加明显。蔡凌认为，本地化生产一定程度上有利于规避壁垒；而加快家电全球区域的产业链布局，有利于优化成本和效率，提升全球竞争力。

以海尔为例，自创立以来便始终坚持以自主品牌出海创牌。针对当地用户的差异化需求，海尔快速推出定制化的产品和智慧场景，形成了“本土化研发、本土化制造、本土化营销”三位一体的全球化战略。目前，海尔在全球已拥有33个工业园、133个制造中心、108个营销中心。财报显示，2021年，海尔智家海外营收1147.3亿，占比50.6%。美的、海信等标杆企业的海外收入也已经超过或接近50%。

海尔集团相关负责人告诉记者，海尔在走出去之初就提出了“出口创牌而不是出口创汇”的理念，这是海尔出海创牌的原则。当时采取“先难后易”的策略，先进入欧美等发达国家和地

区，取得名牌地位后，再进入发展中国家，并把使用海尔品牌作为出口的首要前提条件。

2007年，美的集团在越南平阳省新加坡工业园内设立了首个海外工厂，正式拉开了企业全球布局的帷幕。至今，美的在全球共有35个制造基地，其中国内有17个，其他18个海外制造基地分布在全球12个国家。2021年，美的建立了以美国、巴西、德国、日本、东盟为突破口的全球战略，成立海外品牌建设专项。此外，还持续加大海外电商业务的投入，成立海外电商公司并组建海外电商IT系统专项团队。

“产品走出去之外，生产和销售的去进行全球布局，是大势所趋。特别是在人口和消费潜力较大的市场地区，进行本地化或区域化的产能布局，成本更划算，也能够更快适应市场和销售的变化，有利于自主品牌的建设。”周南指出。

均衡发力

向“微笑曲线”两端迈进

在加大力度促进品牌出海和强化本土化能力之时，如何平衡国内外布局成为企业的一门必修课。国内市场作为中国家电企业的坚实后盾，提供良好的创新试错土壤。在这片沃土中，中国家电制造业通过转型升级，正在向价值链高端延伸。

根据“微笑曲线”理论，产业

