

前7个月我国家电进出口创历史新高



本报记者 吴修齐

近日,记者在2024年电子家电行业高质量出口工作会议上了解到,受国际需求回暖、补充库存等因素影响,今年前7个月我国家电进出口规模创历史同期新高,技术创新正成为家电企业发展的主要驱动力,我国完善的产业链为中国家电出海带来了保障。

1—7月家电出口数据亮眼

海关总署的最新数据显示,今年前7个月,我国家电出口增长明显。其中,电扇、洗衣机、吸尘器、微波炉、液晶电视等家电产品的累计出口额达4091.9亿元,同比增长18.1%,高于全国出口整体增速水平。截至目前,我国家电出口已连续17个月同比正

增长。根据中国机电产品进出口商会的统计数据,2024年上半年,我国全球家电(白电)累计出口额为648.1亿美元(约合人民币4600亿元),较去年同期增长13.4%。今年我国家电产品月度出口额连续创新高,从3月份起

已经连续四个月出口额超过百亿美元。

商务部原副部长蒋耀平在会上表示,近年来,中国电子家电产品的出口额持续增长,稳居世界前列,市场占有率和品牌美誉度不断攀升,产品技术创新日新月异,企业对外投资和海外布局

今年我国家电产品月度出口额连续创新高,从3月份起已经连续4个月出口额超过百亿美元。

也日益成熟完善。

据悉,此次会议是在全国家电产品三大生产基地之一的宁波慈溪举办。这里汇聚了超过2000家家电整机生产企业,相关配套企业近万家。最新数据显示,今年上半年,慈溪出口家电规模达134.1亿元,同比增长16.2%。

企业必须保持高强度的技术研发投入,特别是要把握人工智能在技术驱动上带来的巨大机遇。

场的零售数据,手机、耳机、吸尘器品类的销售量增长更多来自于技术驱动。消费者对新功能、对健康、对便捷性等产品需求推动企业不断迭代产品功能,追求技术创新。“产品力才是帮助企业在市场竞争中保持增长趋势,并逐步取得长足进步的主要因素。”她强调道。

我国家电产业链整体安全稳定,奠定了我国家电制造的基础,产业发展充满底气。

技术创新带动家电企业发展

在行动上,“技术创新”被数次提及。

多位业界人士表示,当前,国际经济贸易形势复杂多变,家电企业应重视技术创新,在各个环节积极引入人工智能与数字化管理,提升品牌全球竞争力,同时主动开拓国际市场的新渠道、新方式。“企业必须在全球范围内保持

高强度的技术研发投入,特别是要把握人工智能在技术驱动上带来的巨大机遇。”蒋耀平指出,家电企业要加强人工智能在产品研发、生产制造、供应链管理、市场营销及客户服务等方面的深度融合与创新应用,以确保国内企业在产品创新、技术创新、服务升级方面的全球竞争力。

中国机电产品进出口商会会长张钰晶指出,企业要把握和顺应贸易数字化和绿色贸易的发展趋势,充分利用人工智能技术带来的新机遇,积极引进先进技术,加快企业转型升级,实现新形势下的高质量发展。

GfK中国区董事总经理卢岩表示,根据2024年科技消费品市

产业链优势助力家电企业出海

回顾我国家电出海历程,从早期的代工模式到品牌建立、市场扩展,再到当前的创新驱动与高质量发展,我国完善的供应链和产业体系为家电企业出海带来不小助力。

近年来,我国家电企业已经在不同地区建立了生产基地、研发中心,并打造了自己的营销网络,参与全球供应链竞争。

全球数据和分析机构美国邓白氏中国区总裁吴广宇表示,从产能出海、产业链出海的角度来看,我国家电企业凭借良好的技术积累,加快在亚太、欧洲等国家和地区建厂,并搭建完善的本土供应链,拓展全球市场优势。

中国消费品质量安全促进会消费类电器工作委员会秘书长邢

军表示,目前,中国家电的原材料、零部件、装备、整机、经销分销、绿色回收等环节都已经形成了完善的产业链,并且从完整性、先进性、安全性来看,我国家电产业链整体安全稳定,奠定了我国家电制造的基础,使得我们从最初低端制造往高端制造、高端装备、智能装备和绿色装备发展时充满底气。同时,

完整的产业链也为我国家电产品带来了成本上的优势。邢军介绍说,家电属于劳动密集型产业,对劳动力的需求量较大,随着我国人工成本的增加,家电企业趋向于将中低端生产与制造环节往用工成本低廉的地区迁移,例如美洲、东南亚、非洲等地,而研发中心等高附加值环节基本留在国内。

全球新型显示产业重新进入上行周期

本报讯 记者谷月报道:8月22日,《中国电子报》记者在中国光学光电子行业协会液晶分会(CODA)主办的2024中国·绵阳国际显示大会暨第六届全球显示产业趋势发布会上听到最多的两个关键词就是“恢复”和“上行”。

全球新型显示产业在经历了2021年到2023年的跌宕起伏后,已经重新进入恢复期。

据中国光学光电子行业协会液晶分会常务副理事长兼秘书长梁新清介绍,2023年,全球新型显示产业营收规模约为1882亿美元,较上年同比19%的降幅收窄至7%,降幅得到有效控制。其中,2023年,新型显示产业链核心显示器件(显示面板和模组)的营收规模约为1055亿美元,同比下降不到6%,出货面积达24434万平方米,同比增长超过1%。

在面板产能方面,得益于液晶电视面板的大尺寸化,以及智能手机面板及车载显示面板需求增加,



根据市场研究机构的最新数据,2023年,全球显示面板产能约为3.9亿平方米,同比增长近2%;面板出货面积预计为2.5亿平方米,同比增长约1%。

2024年,全球新型显示产业周期更是开始呈现出明显的上行

趋势。据梁新清介绍,2024年第一季度,全球新型显示器件的营收规模约为291亿美元,同比增长近30%,出货面积超过6000万平方米,同比增长超过11%。

在OLED显示材料方面,中国

电子材料行业协会常务副秘书长鲁瑾指出,随着OLED在中大尺寸面板的渗透提升,OLED材料市场规模将呈现高速增长态势。

根据市场研究机构的分析,预计到2028年,OLED材料市场规模将达到25.87亿美元,2023年至2028年的年复合增长率达8.75%。其中,WOLED与QD OLED材料市场规模将达到5.45亿美元,年复合增长率为13.6%,FMM OLED材料市场规模将达20.42亿美元,年复合增长率为7.6%。未来,OLED材料市场将呈现复苏且快速增长态势。

在显示设备方面,日本半导体制造装置协会(SEAJ)副事务局长佐藤富志夫在对半导体及FPD制造装置等日本制装置需求进行调查后预测称,2024年,该市场需求将比2023年增加30%,达3351亿美元(约合人民币164亿元);2025年还会较今年(2024年)再增加10%,达到3686亿美元(约合人民币180亿元)。

我国热水器保有量近5亿台 农村市场仍有增量空间

本报讯 记者谷月报道:记者从近日举行的2024年热水器行业发展大会上了解到,当前,我国热水器的家庭保有量近5亿台,电热、燃热产品占据90%左右的市场份额,农村或者三级以下的市场仍有增量空间。

中国家用电器研究院副院长葛丰亮表示,在2024年厨卫电器整体面临较大挑战的情况下,热水器行业保持了不错的发展态势。他建议,下一步,行业发展应及时响应消费者在舒适、健康、节能、环保等方面的需求,推动新技术、新材料、新工艺不断升级。

近期,地缘贸易摩擦和地缘政治冲突的加剧,增加了家电出口的不确定性。中家院(北京)检测认证有限公司生活电器检测中心主任段学刚表示,伴随国际贸易力度的提升,家电企业要加强认证体系的构建,以应对家电全球化的机遇与技术性贸易壁垒等挑战。

“双碳”减排是当前社会的焦点,据中家院(北京)检测认证

有限公司绿色低碳及理化测试中心熊书瑶介绍,2024年3月,中国轻工业联合会下达了25项团体标准的制定计划,其中就包括制定储水式电热水器碳足迹核算团体标准。

全国家用电器工业信息中心研究部主任宋敬学对当前热水器行业的发展趋势等话题进行了分享。他表示,我国热水器的家庭保有量达到近5亿台,受益于以旧换新、绿色智能家电的相关政策,未来将迎来以“换新”为主的潜力型市场。目前,电热、燃热产品占据90%左右的市场份额,且三级以下的市场份额仍在稳定增加,企业发展应及时关注农村市场或者低级别市场的增量空间。同时,小体积、大容量、零冷水、静音等关键词体现了消费者购买偏好。

本次大会由中国家用电器研究院指导,全国家用电器工业信息中心主办,会上对受到消费者青睐的热水器产品和品牌进行了表彰。

2024年度家用电器宠护技术论坛在京召开

本报讯 记者王伟报道:记者从8月23日举办的2024年度家用电器宠护技术论坛上获悉,小米/米家牌全自动滚筒式干衣机等5款家用电器成为2024年首批达标“家电宠护认证”技术要求优势产品。

为规范宠物家电市场,中家院(北京)检测认证有限公司(以下简称“CHCT”)于2024年4月首次开通“家用电器宠护认证”,旨在帮助消费者区分市场上真正具备宠物友好特性的家电产品,推动宠物电器行业健康发展。

本次会上共有5款家电产品获评2024年首批达标“家电宠护认证”技术要求的优势产品,它们分别为小米/米家牌全自动滚筒式干衣机、LG牌FN231QH型滚筒式烘干一体机、SKYWORTH创维牌XQG100-B92KDHT型全自动滚筒洗衣机、Jimmy吉米牌CB301型宠物吹吸机和352牌Z90型空气

净化器。

中国家用电器研究院检测所副所长张晓晓介绍说,当前宠物已成为许多家庭不可或缺的重要成员,很多便利养宠人群的家电产品,如喂食器、烘毛器等养宠类电器应运而生。同时,养宠家庭内也面临着宠物毛发、排泄物、寄生虫、细菌、病毒及过敏原等的困扰。因此,可以清洁和净化养宠家庭中污染物的家电产品也越来越受到市场的关注,各类家电产品纷纷增加了宠护功能,如空气净化器、吸尘器、洗衣机等产品。

此外,张晓晓还介绍了宠物电器相关标准化工作的推进进程。今年7月,国家标准《家用和类似用途宠物用电动清洁养护器具》制定启动会在青岛召开。8月,CHCT联合中国标准化协会推出团体标准T/CAS 931-2024《家用和类似用途宠物用清洁养护电器通用要求》。

三星视觉显示新品 全面拥抱AI

本报讯 记者谷月报道:三星的AI计划不仅已经覆盖手机、可穿戴设备、IT等智能产品,包括电视、投影设备等三星视觉显示产品也在全面拥抱AI。

8月18日,在三星“六感之神”电视战略发布会上,三星电子大中华区彩电及显示器营销业务部总裁朴永曼表示:“多年来,三星一直致力于AI领域的研究,并从硬件入手,将智慧能力融入到视觉显示产品中,从而让设备的功能和性能得以提升。”

三星方面介绍称,在中国,三星电视正在通过AI科技,为消费者打造可以唤醒沉浸感、惊艳感、悦听感、体验感、关怀感、安全感这六大感官体验的视觉显示产品,再次给出消费者选择三星电视的六个理由。

“沉浸感、惊艳感和悦听感”是基于画质、设计和音效这三大电视产品的传统指标所带来的实际感受。

逼真视效是“沉浸感”的核心,在AI芯片与MICRO LED、Neo QLED 8K/4K、OLED等面板技术的赋能下,三星根据不同产品定位,针对性地打造了专属画质解决方案;在画质提升的同时,三星通过超感悬浮屏、纤薄一体机身等前沿技术打造了电视的细分形态,满足不同消费者的多样需求,为消费者带来外观设计的“惊艳感”;与画质和外观设计密不可分的是优越音效带来的“悦听感”,三星凭借算力与技术实力,实现视听相辅相成,带

来影院般的立体声效。

此外,三星正深刻诠释电视作为家庭娱乐生活中中心位的全新定位。其中,“体验感、关怀感、安全感”就是三星通过AI技术赋能为电视产品带来的延伸优势。

SmartThings作为三星集成的智能家居开放平台,汇聚了先进的AI技术和物联网技术,为产品打造了多样化的应用场景,例如游戏、K歌和健身等,这些极具“体验感”的功能使电视突破了传统的影音设备定位,成为家庭娱乐和智能生活的核心;三星通过AI节能模式、太阳能遥控器等功能拓宽电视产品节能思路,是三星探索产品“关怀感”的体现;Samsung Knox Security能够防止未经授权的访问,保障信息隐私安全,为消费者提供可靠的数据安全和设备管理服务,构筑具备“安全感”的屏障。

在本次发布会上,三星重磅推出全新升级的绚幕激光投影仪新品LPU9D与LPU7D。

投影机采用三色激光技术并搭载量子点处理器进行AI画质调校,在AI技术赋能下,产品在实现高亮度、高色域显示效果的同时,还以23.8cm超短投射距离实现了最大130英寸的巨幕体验,可以适配不同的家居环境及多样化的观影需求,摆脱了家居环境限制。此外,通过AI音效调节技术,投影机呈现出身临其境的声场,为消费者打造低成本私人影院。