

主管：中华人民共和国工业和信息化部

主办：中国电子报社 北京赛迪经纶传媒投资有限公司

中国电子报社出版

国内统一连续出版物号：CN 11-0005

邮发代号：1-29

http: //www.cena.com.cn



赛迪出版物

2025年5月9日

星期五

今日8版

第29—30期（总第4813—4814期）

我国制造业企业积极应对出口“变局”

本报记者 齐旭

在广东珠海，一家以外销为主的小家电企业借助京东电商平台叩开“内销大门”；在长三角，一场场政企恳谈会为制造业外贸企业搭建“双循环”桥梁；在沙特阿拉伯，33家成都工业企业组团出海拓市场，现场签约金额超50亿元……

在国际贸易环境复杂多变的背景下，我国制造业企业积极应对出口“变局”，走向国际的步伐丝毫没有停歇：一方面将目光投向“一带一路”等新兴市场，用创新好产品闯出“新天地”；另一方面积极调整供应链与生产模式，推动出口业务转内销。我国制造业正在变局中谋新局。

“国内14亿人的生意有得做！”

前阵子，刚参加完中国国际消费品博览会的溢达集团品牌及零售副总裁蔡巍，一回到公司就带领团队分析最新的市场动态，谋划下一步品牌推广计划。“现在大家在谈的出口转内销，溢达集团已经进行了数年之久。”蔡巍说道。

2020年，溢达集团这家高新技术型纺织企业旗下的子公司被美国



图为成都政企代表团前往沙特阿拉伯开拓市场

列入实体清单，欧美订单大量流失，业务占比45%的美国市场几乎清零。面对困境，该公司毅然开启转型之路，从依赖欧美订单、为国际品牌生产，到拓展国内市场、培育本土品牌PVE派和十如仕……溢达集团用5年时间迅速转身，用亲身经历告诉同行：只要坚守制造根基，中国企业既能借船出海，更能自主航行。

“欧美市场重规模，国内市场重灵活。”蔡巍一语道破该行业内外销的差异。欧美订单量较大、交期更长、确定性更强，企业可能提前规划未来一年的产能计划、款式设计等。而国内订单呈现“短、平、快”特征，交期更短、订单量较小，对“小单快反”的要求也更多。从出口转向内销，企业也往往会

的调整是一大挑战。江苏华腾个人防护用品有限公司外销份额占80%，一年有近2000万元的美国订单。该公司国内事业部总监穆龙生告诉记者，出口转内销需要商业模式的转型，公司需要对生产线进行柔性化调整，增加了管理难度，也对库存周转率提出了更高要求。

（下转第2版）

标准引领人形机器人产业高质量发展

本报记者 王伟

近日，由中国电子学会牵头，人形机器人领域多个创新主体共同参与编制的《人形机器人标准体系框架》（以下简称“标准体系框架”）正式发布。据了解，该标准体系框架围绕“感知—决策—执行”全技术链，构建了“基础共性、关键技术、部组件、整机与系统、应用”等五个方面的全链条标准体系。业界专家、企业代表向《中国电子报》记者表示，标准体系框架的发布以及相关标准化工作的推进，及时响应行业发展的迫切需求，为推动我国人形机器人高质量发展以及争夺国际标准话语权提供了坚实基础。

产业急盼标准体系发布

宇树人形机器人在春晚舞台上

扭秧歌，“天工”人形机器人在亦庄半程马拉松赛上全速奔跑，加速进化人形机器人在首届具身智能机器人运动会上秀球技……近年来，人形机器人成为公众津津乐道的主角。然而，在人形机器人产业高歌猛进的背后，仍面临着核心技术亟待突破、产业链配套尚未完善、应用场景仍需开拓验证等共性问题。随着人形机器人迈入“从实验室进入实际应用场景”的关键阶段，加快制定行业标准体系成为行业的迫切需求。对此，产业上下游企业及相关专家有着最切实的感受。

浙江省人形机器人创新中心首席科学家熊蓉告诉《中国电子报》记者，标准化建设非常重要，标准的制定与完善有助于形成有序良好的产业生态，促进产业链上下游企业实现协同发展。“人形机器人产业链又长又广，涉及很多的零部件企业、场景

应用企业，还涉及数据采集等复杂繁重的工作，有了统一的标准来规范，才能打破单个企业各自为营的局面，让企业的产品更好地实现提质降本和推广应用，让采集的数据集适用于更多的本体，真正实现产业链上下游的高效协同发展。”熊蓉说道。

“标准化建设就是希望产业各主体劲儿往一处使，更好地避免低水平重复劳动，把更多精力和资源留在一些创新性的工作上。”上海卓益得机器人有限公司创始人李清都告诉《中国电子报》记者。

李清都以机器人数据采集环节为例，为记者讲述标准化的重要性。“当前产业发展面临着机器人数据采集通用性差的问题，各地的机器人数据采集中心已经先后建立，但是由于机器人本体结构大相径庭，很多辛苦采集的数据可能只适

用于做算法研究，不同本体采集的数据大概率没办法通用、无法迁移到其他本体上，这也造成一种极大的数据浪费。”因此他建议必须尽快制定标准，“标准越早出台就能够越早减少数据浪费的问题，也能够形成一定的集聚效应，促进技术方案早些收敛，让更多数据能够通用，形成统一标准的数据池，进而实现产业的高效协同、降本增效。”

不仅是在数据采集这一环节，标准缺失还将影响人形机器人产业多个重要环节的发展质量。

上海交通大学博士生导师、上海人工智能研究院首席科学家闫维新告诉《中国电子报》记者，标准化缺失会从多个环节影响产业发展质量。一是在产品研发与设计环节，标准缺失会造成技术路线碎片化、关键性能指标模糊、模块化与兼容性不足等问题。

（下转第4版）

我国显示产业加速向高端要增长

本报记者 卢梦琪

4月底，显示企业2024年和2025年一季度的财报相继出炉，勾勒出显示产业进一步回暖的趋势图。2024年，京东方、TCL华星、天马等主要面板厂盈利能力稳步修复，彩虹、凯盛、深纺织、杉金光电等上游材料企业扎实成长。2025年一季度，部分显示厂商营收创历史新高，实现“开门红”。

2024年，我国新型显示产业全年产值规模超过7400亿元，同比增速接近16%。在从规模竞争走向价值竞争的关键时期，我国显示产业正加速向高端要增长，向潜力应用场景要盈利，以完整且富有韧性的生态体系应对新竞争周期。

LCD TV面板表现优于以往

自2024年以来，大型体育赛事

召开、大尺寸化趋势、“以旧换新”政策刺激等因素，在一定程度上拉动消费升级，进而带动面板大尺寸化和产品附加值提升，面板厂显示业务也因此充分受益。以LCD TV面板生产为基本盘的京东方、TCL华星、彩虹均表示，自2024年以来LCD TV业务表现优于以往。

京东方财报显示，2024年，公司的合肥、武汉两条10.5代线保持良好盈利水平，2025年一季度LCD业务同比显著增长。TCL华星通过产线改造持续扩大85英寸及以上超大尺寸产能占比，65英寸及以上产品出货面积占比达58%，其收购LGD广州LCD面板及模组工厂，进一步加强在液晶产业的竞争力。彩虹股份2024年液晶面板业务收入102.91亿元，同比增长0.33%，全年产线保持稳健运行，大尺寸、高刷新率、高穿透率、低功耗液晶面板规模增长明显。

根据市场调研机构数据，2024

年，全球TV面板实现出货量、出货面积双增长。进入2025年，随着国内“以旧换新”政策延续及海外市场需求逐渐恢复，一季度LCD TV面板需求“淡季不淡”，产品呈现“量价齐升”态势，行业平均稼动率保持在80%以上，好于去年同期。

进入二季度，随着国际贸易环境发生变化，美国关税政策还存在不确定性，“以旧换新”等政策边际效益递减，LCD TV面板采购需求预计逐步降温，产品价格保持稳定。

群智咨询TV事业部资深分析师李晓燕向记者表示，除墨西哥外，电视制造成本恐大幅上涨，品牌及代工厂商降本诉求强烈，采购需求调整蓄势待发。以旧换新和抄底备货，对于面板需求的加成效应亦逐步转弱。预计二季度电视面板采购需求将开始逐步降温，供应端二季度稼动率预计有所下降。

过去的一年里，显示行业有数

条LCD产线关停或售出。有调研机构数据显示，2025年全球8代线及以上LCD产能中，中国占比将达到88%，行业集中度在较高基础上进一步提升。而主要面板厂理性排产，预计2025年行业供给端更加平稳有序。

OLED向高端要增长

目前，AMOLED市场正处于高速扩张期，小尺寸领域渗透率持续高位攀升，中大尺寸应用迎来高速增长拐点，高端技术应用逐渐起量。2024年，各家面板厂的柔性AMOLED业务取得了不错的营收成绩。

财报显示，2024年京东方完成了近1.4亿片柔性OLED产品出货量，同比继续保持增长，多款高端折叠产品实现客户独供，并开发出全球首款三折叠产品。（下转第6版）

“五一”假期全国通信网络运行平稳 保障服务有力

本报讯 据悉，“五一”假期，工业和信息化部贯彻落实党中央、国务院工作部署，组织信息通信行业全力做好通信网络和服务保障，为人民群众欢度假期提供了优质的网络环境。

数据显示，“五一”假期，全国通信网络整体运行平稳，网络云资源池整体稳定，未发生重大运行安全事件，未出现重大用户投诉，日均移动网络流量1054.7PB，同比增长16.1%；国际及我国港澳台地区漫游来访、出访用户日均1139.8万，同比增长11.5%。全行业7×24小时值班值守，累计出动保障人员27.7万余人次，保障车辆6.4万余辆次。

一是强化组织领导，统筹工作部署。印发专项通知，全面部署“五一”假期安全生产、网络运行安全和通信服务保障工作。组织力量赴山西、河南、江西、安徽等四地开展专项检查，针对网络设施防护、架构冗余保护、防汛通信保障等工作进行现场督导整改。节前组织召开专题视频调度会，对“五一”假期行业值班值守和通信保障工作

工作进行再动员、再部署。各地通信管理局加强对属地通信行业的统筹协调和指导监督，实地开展工作检查，督促企业进一步细化工作落实。各电信企业集团公司切实加强组织领导，全面落实工作部署，加强全天候全方位网络运行监测，做好节假日通信保障工作。

二是强化隐患排查，做好应急处置。深入开展安全生产和灾害风险隐患排查治理，指导基础电信企业严查密防风险隐患，共巡查巡检基站等通信设施80.6万座、传输干线124万公里、通信海缆9688公

里，整改风险隐患1.2万余处。持续推动重大事故隐患动态清零，全面落实通信枢纽、互联网数据中心、各基础业务平台、传输干线等重点部位“四防”（防爆炸、防火灾、防破坏、防盗窃）措施，坚决防范遏制重特大事故。第一时间向贵州毕节市游船倾覆事故现场派出67名应急保障人员、5辆应急通信基站车、3部天通卫星电话，紧急开通救援指挥专线光缆1条，有力保障应急救援“生命线、指挥线、保障线”畅通。

三是强化网络调优，全面优化服务。聚焦关键区域和重要业务，对重点场所、重点时段按照“一站一策”“一场一策”方式制定保障方案2000余个，扩容4G、5G小区4.28万个，有效疏解人员聚集给网络带来的负荷压力。对全国2800余座交通枢纽以及5000余个重点景区网络运行情况进行专项监控，视情开启业务管控和空口加速，确保用户感知良好。为国铁集团、银行等46家重要客户的2520条电路提供重保服务，确保高负荷情况下12306、移动支付等关键业务畅通。

四是强化技术应用，提升服务能力。大规模应用5G-A、载波聚合、分布式Massive MIMO、赋形天线等技术，优化重点景区、交通枢纽等复杂区域的信号覆盖，网络有效覆盖率达到99.5%，系统容量提升200%，边缘覆盖增强40%，用户实际体验速率提升22.9%。采用人工智能技术赋能提升网络运行监测效率，针对重点保障场景进行分钟级网络质量监测，实现用户感知质量问题的快速识别和网络资源的自动调配，智能化动态优化网络服务质量。（布 轩）

2025纺织服装“优供给促升级”活动启动

本报讯 工业和信息化部、商务部近日联合印发通知，组织开展2025纺织服装“优供给促升级”活动。

据悉，活动坚持以高质量供给引领需求、创造需求，增加纺织服装优质供给，深入推动纺织服装增品种提品质创品牌“三品”行动，以消费升级引领纺织服装产业升级。加强产业链上下游对接，提升协同创新效率，丰富优质产品供给，强化创意设计、金融保险、数字化转型服务等资源保障，促进产学研贯通，推动科技成果转化，加快形成纺织行业新质生产力。加强区域间和国家间交流合作，优化国内产业布局，拓展国际市场，促进纺织服装行业高质量发展。

活动具体安排包括以下方面：一是加强产业链对接。在春季/秋季联展期间，推动纤维企业、面料企业交流对接，支持纤维新材料应用，促进新产品开发。在行业活动期间，推动生产加工企业、品牌商开展合作，提升品牌竞争力。重点强化棉纺织等行业原料供应保障和品牌建设，促进纺织生物医药用材料与下游企业对接合作。

二是加强产销服务对接。在地方和行业主办活动期间，促进数字化技术服务与企业对接，推动行业数字化转型升级，逐步培育一批既懂纺织行业又懂数字技术应用的服务商。强化产销对接和产融合作，组织企业参加“棉纺消费季”“绿色

时尚纺织服装消费季”“外贸优品中华行”等活动，为优质国货产品提供面向消费市场的展示平台，推进纺织服装内外贸一体化，为纺织行业专精特新企业拓展融资渠道。

三是加强产学研对接。通过行业会议等形式，引导绿色低碳技术市场化应用，推进节能降碳技术改造，提高企业节能减排降碳水平，加强印染行业新产品开发和新技术交流。促进纺织机械行业技术成果转化，进一步提升纺织行业生产质效。

四是加强区域合作对接。在各地工业和信息化主管部门主办活动期间，结合产业发展需求开展各类产业对接活动，持续优化产业布局。推动中西部地区积极承接产业转移，助力地方特色产业发展；支持东部地区产业加快提质升级，加强区域间产业合作，优化产业布局，培育特色鲜明、竞争力强的优质产品，打造世界级先进制造业集群。

五是加强国际交流对接。借助国际时装周等平台载体，加强设计师和服装品牌间的国际交流，向全球展示优质的中国制造产品，培育国际经贸合作新增长点。在纺织行业国际会议期间，围绕贸易、技术、社会责任等主题开展国际交流合作，提升国际资源整合能力。

据了解，两部门将围绕上述五个方面筹划举办20场具体对接活动。（跃 文）



赛迪出版物
官方店
微订阅 更方便

扫码关注即可轻松订阅赛迪出版传媒公司旗下报刊、杂志、年鉴，还有更多优惠、更多服务等您体验



在这里
让我们一起
把握行业脉动

扫描即可关注 微信号：cena1984
微信公众账号：中国电子报