

行业动态

洗衣机新国标 10月1日起实施

本报讯 今年10月1日起,经历两年时间修订完成的洗衣机新国标 GB/T4288-2018《家用和类似用途电动洗衣机》将正式实施。目前,各大洗衣机企业已经按照新国标的标准对产品进行了升级。

今年3月15日,国家标准化管理委员会批准发布了新修订的洗衣机产品国家标准,GB/T4288-2018《家用和类似用途电动洗衣机》,本次修订主要针对漂洗性能、磨损性能测试结果准确度低以及额定洗涤容量虚标等问题进行了修改。同时,为了体现高端产品的质量水平,性能指标还增加了A+等级。消费者在选购的时候,通过A+这个等级就能清楚了解想购买的高端洗衣机是否实至名归。

对于新国标的发布,行业内普遍认为,这将进一步规范行业,因为新国标对于洗衣机相关指标、性能测试进行了完善,这将对山寨无良厂家进行“无情打击”。

经过前几年的普及,洗衣机市场这几年呈现出销量相对稳定的态势。但是也透露着增长乏力的态势。“这种情形下,洗衣机市场需要新的刺激点。新国标的实施,显然有助于优秀产品脱颖而出,一些山寨或者打擦边球的小企业,则可能面临生存的问题。”产业观察家洪仕斌说。

家电院测试计量技术研究所所长鲁建国表示,无论是测试项目还是分等分级,新标准在世界范围内都处于领先地位,新标准引领的洗衣机将向健康洗涤、呵护衣物的方向迈进。同时,洗衣机新国标的施行将使行业进一步繁荣,推进厂家研发出更多针对细分市场、不同场景的产品。

石飞月

北京:产业选择有力度有温度

本报讯 近日,北京市政府正式公布了再次修订的《北京市新增产业的禁止和限制目录(2018年版)》。2018年版《目录》在2015年版基础上作了73处修改。这份更细更实、有“松”有“紧”的《目录》进一步明确了首都高质量发展路径。

北京市京津冀协同办副主任崔松光表示,本次修订突出精细化管理,严格执行国家有关疏解的控增量、疏存量政策意见,落实新版北京城市总体规划,从源头上严控非首都功能增量不放松。同时,将进一步细化管理社会各方面反映强烈的高端制造业配套类产业、生活性服务业及城市运行服务类产业。

此次公布的2018年版《目录》按照“1+4”实行分区域、差别化禁限管理。“1”指适用于北京全市范围;“4”指在执行北京市层面措施基础上,分别适用于中心城区,北京城市副中心,中心城区、北京城市副中心以外的平原地区和生态涵养区。其中,首次将北京城市副中心单列,对农林牧渔业、制造业、批发业等行业提出了禁限管理措施。

在“高精尖”结构方面,注重从产业链条、综合竞争力角度把握,区分传统产业、新兴产业的链条环节,对符合首都功能定位的高精尖产业和环节予以细分支持,避免“一刀切”。

在制造业方面,除东城区、西城区外,北京市范围内对研发、中试、设计、技术服务等非生产制造环节均予以支持,不再列入禁限;对新能源车整车、新能源专用关键零部件、工业机器人制造等鼓励发展的重点产业不予禁限;在化学纤维制造等7个大类的禁限管理措施中,对涉及国家和北京鼓励发展的新材料产品,为航空航天、军工和国家重大专项等配套项目不予禁限;对符合条件的国家高新技术企业或中关村高新技术企业,在申办建筑业相关资质时予以支持,不予禁限。

杨学聪

广西推动“千家企业上云”

本报讯 近日从广西壮族自治区工信委获悉,《广西壮族自治区“企业上云”行动实施方案》正式印发。今年广西将实施推动“千家企业上云”行动,力争到“十三五”末期培育和引进一批国内领先的云服务商,形成“企业上云”的技术支撑和服务保障,发展壮大综合云平台服务商3家、行业云平台服务商10家、云应用服务商30家,进一步完善5个区级体验中心。

“企业上云”是指企业通过高速互联网络,便捷地获取云服务商提供的计算、存储、软件、数据等服务。根据实施方案,广西此次行动将分为全面启动及组织实施、深度推广等阶段,目前为全面启动及组织实施阶段,广西将搭建“企业上云”供给资源池,并结合实际分期、分批动态更新资源池中的云服务提供商及服务内容。同时,围绕重点行业筛选一批企业,由云服务商开展点对点扶持工作,为企业提供上云评估、云诊断,制定上云方案,配合企业落实上云改造项目,及时总结成功经验和典型案例,打造上云标杆企业,充分发挥标杆引领作用,带动广大企业上云。

据了解,2019年至2020年为“企业上云”深度推广阶段,广西将统筹全区云服务应用和产业重点推广方向,扩大“企业上云”规模和应用范围,实现全区规模以上工业企业全部上云,并使“企业上云”的技术支撑和服务保障能力得到极大提升。

周骁骏 董政

显示技术趋向多元化
中国 OLED 时代已来临

▶ 本报记者 邓淑华报道

当前,全球显示技术步入新革命周期,从单一液晶转向多元化显示技术,具有革命性和颠覆性技术的 OLED 生态网络正在形成,面板厂商、整机厂商、上游材料厂商和装备厂商进行多元化合作,进行信息流、资金流以及技术流良性循环,从而形成一个巨大的价值网络,而这个价值网络将推进我国大陆 OLED 电视规模。

在近日举行的 2018 OLED 高峰论坛上,中国电子视像行业协会、中国电子商会、中国电子技术标准化研究院、国家广播电视产品质量监督检验中心等行业机构的代表以及多家电视整机厂商、销售渠道商,业内专家和学者等产业链上下游人士欢聚一堂,共同见证全球最前沿的 OLED 技术成果,探讨中国 OLED 产业的发展现状与未来趋势。

高端家电市场前景升级

中国电子视像行业协会常务副会长白为民表示:“我们处于一个显示无处不在的时代,而在显示技术中最有代表性的是电视产业。电视产业的发展从 CRT 到现在的平板显示,技术发展突飞猛进,每一天都有新气象,可以说行业百花齐放, OLED 行业企业在不断开发各种技术的显示产品。”

消费升级的浪潮,以及中国中产阶级的崛起,刺激了高端家电的发展。自从 2013 年,中国销售了第一台 OLED 电视以来,现在有一批消费者在使用这一款高科技产品。中国是全球规模最大的电视市场,占据了全世界电视产品的 50% 的生产力。今年上半年,中国电视市场销售 2260 万台,同比增加 3.6%,OLED 的销售则同比增长 110.3%,生产 OLED 产品的厂家也从 2016 年的 5 家增加到现在的 13 家。

在全球高端电视市场,OLED 在迅速普及中,渗透率继续增长。欧洲和日本市场比北美市场推出 OLED 时间晚了一年,但是市场总量已超越北美市场。欧洲和日

本对技术和设计非常敏感,OLED 作为一个高端价值受到很多人认可。在去年的市场上,OLED 所占的份额在日本和韩国是 28%,美国是 18%,在北美只有 3%,但是在欧洲却占了 43%。

“可以说中国 OLED 的时代已经开幕了。中国电视市场 OLED 的渗透率也要比其他国家发展缓慢,但是中国消费者对新产品、新技术的接受能力很强。随着中产阶级的快速增长,中国也成为了最具潜力的市场。”LG Display CMO 吕吕德表示,总投资额 460 亿元的广州 OLED 工厂建设按计划正在稳步推进,预计将在明年 7 月进行生产。韩国 OLED 工厂是从液晶线转化为 OLED 生产线,而广州工厂是全新 OLED 的生产线,采用目前全球最先进的设备和技术。

礼敬匠心实现技术突破

如今,中国已经进入新技术密集应用爆发期,中产阶级、精英阶层高净值人群正在稳步崛起,中国正在进入消费升级阶段。消费升级的本质是消费总福利提升,一方面通过居民收入的提升所造成的财富效应,另一方面是通过技术升级所导致的进步效应。消费者对于产品的要求也变得越来越苛刻,早些年,人们仅仅关注产品基础功能,现在人们从功能需求延伸到精神上、文化上、交互上、象征上的多元化需求。

“在中国,电视是电子行业的一个缩影,承载了科学、社会以及人文的进步。”奥维云网副总裁董敏表示:“我们做了一个高端定义的多样化选择调查显示,第一名是画质超群,第二名是外观前卫,第三是搭载最新技术。到底是什么样的动机触动了你买 OLED 电视?排名第一的是画质清晰,第二是最新技术,第三是健康护眼,第四是机身薄以及外观颜色好,这几个指标好评刚好印证了之前的高端定义。”

8 月车市低迷 新能源汽车继续高歌猛进

▶ 本报记者 于大勇报道

近日,中国汽车工业协会发布的最新数据显示,8 月份,国内汽车产销量均低于去年同期,其中乘用车已连续两个月出现产销同比下降的情况。对此,中汽协认为,虽然销量增速仍在回落,但总体表现仍符合年初预期,不应对相关数据进行过分解读。

与车市低迷形成鲜明差别的是,新能源汽车产销量继续高歌猛进,其中销量再次突破 10 万辆,这也坚定了“今年完成 100 万辆销量目标”的信心。

车市不振

数据显示,8 月份,我国汽车产销分别完成 200 万辆和 210.3 万辆,产量比上月下降 2.1%,销量比上月增长 11.3%;同比分别下降 4.4% 和 3.8%。

“中美贸易摩擦以及我国宏观经济不太理想,直接影响到汽车的销量。”在中国汽车工业协会秘书长助理许海东看来,去年同期的销量基数较高,因此导致今年 8 月份同比出现下降。此外,小排量汽车购置税减免政策的完全退出也不利于销量的增长。

“我国车市表现出非常明显的季节变化趋势,加上目前整个中国经济承受较大压力,在这个大环境下,汽车市场较为低迷也属正常现象。”中国汽车工业协会秘书长助理陈世华表示,8 月份汽车销量较上月已有小幅提升,且高于产量,市场库存已经得到一定消化。“没有必要对数据进行过分解读。”

乘用车方面,今年 8 月,国内乘用车产销分别完成 170.5 万辆和 179 万辆,产量比上月下降 1.2%,销量比上月增长 12.6%;与上年同期相比,产销量分别下降 4.7% 和 4.6%,已连续两个月出现产销同比下降的情况。

“历来,6、7 月份因受季节因素影响,市场增长相对比较平淡;8 月份则是车市由弱转强的转折点。”在全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来,今年 8 月份,国内汽车销量仍然在加速下跌,情况非常严峻。“预计今年乘用车整体增速将是零增长或微负增长,负增长的可能

性很大。”

1-8 月,汽车产销分别完成 1813.5 万辆和 1809.6 万辆,产销量比上年同期分别增长 2.8% 和 3.5%,比前 7 个月增速分别回落 0.7 和 0.8 个百分点。其中,乘用车产销分别完成 1531.9 万辆和 1519.3 万辆,产销量比上年同期分别增长 1.9% 和 2.6%。

“尽管销量增速仍在回落,但总体表现仍符合年初预期。”陈世华说。

“虽然今年我国总体经济走势良好,但出现结构性分化,虽然上游原材料领域的利润改善较好,但是下游承受上游和中游的成本传递和消费不足,导致下游的企业利润下降,进而影响部分群体购买力的大幅提升。”崔东树认为中西部地区楼市走强,部分家庭花钱购房后,购车消费暂时走低也导致了车市不振。“此外,资本市场的震荡导致部分居民财富受损,购车心态暂时受到影响,也是重要原因。”

“受去年四季度销量基数大、楼市持续走强、部分地区国六排放标准可能提前实施等因素的影响,今年年末的车市压力正在逐渐显现。乘联会预测,今年乘用车市场的增长将低于年初 4% 的判断。假设没有刺激性政策的出台,预计今年汽车零售增速为-1%,批发增速为 0。”崔东树说。

在坦言形势并不乐观的同时,崔东树也认为,我国车市是“短期承压,长期向好”。“总体来看,近年来我国在扩大汽车消费规模、提高消费水平、改善消费结构等方面取得了显著成绩。未来,随着制约消费扩大和升级的体制机制障碍逐步消除,促进消费体制机制进一步完善,居民消费潜力将进一步激发,车市将迎来长期利好。”

新能源汽车依然抢眼

在车市处于低迷状态下,新能源汽车依然保持了较高增速。数据显示,8 月份,新能源汽车产销分别完成 9.9 万辆和 10.1 万辆,同比分别增长 39% 和 49.5%。其中,纯



“10 年前,长虹对未来电视业的走势一有句话叫做博大精深。”长虹多媒体公司副总经理王燕川表示,“过去 6 年我组织了长虹两轮三年技术路线图,到了今天这个时间点上,博大精深依然适合今天电视业的发展方向,但是增加几个字:智能、柔性。OLED 非常适合柔性这个特点,所以我认为未来显示技术是多种多样的,消费者有不同需求,但 OLED 在高端产品上会是一个非常重要的显示技术,长虹非常有信心和决心做好 OLED。”

冠捷集团副总裁陈怡仁表示:“今年整个彩电行业在过去两三年都经历了很困难的时间,所有品牌在产品渠道商都在寻找差异化。整个飞利浦产品设计在 OLED 部分围绕三个重点,一是流光异彩,二是 P5 画质改善的芯片,三是有欧洲设计的元素在。”

索尼中国消费电子事业部本部总裁谢枫表示:“我很想探讨一个内容,我们所设计的这些科技,它的匠心是什么?所以我们今年加上了 OLED 面板屏幕控制技术,我们提出一个口号,就是要做一台能够将创作者意图完整地反映在观众面前的电视,我们的优势是科技研发能力,做一个能够获得专业人士赞赏的画质,是我们的追求。”

期待全产业链团结合作

随着网络、5G 和人工智能的发展,手机、穿戴设备、移动设备以及电视对 OLED 的应用越来越广阔。

“我们是国内最早做 OLED 的企业,

但是进入这个领域后发现一个残酷的现实:中国彩电行业激烈的价格战,使消费者对电视的认知降到混乱程度,无法识别高端产品和低端产品的差异,甚至有人觉

得 OLED 有点贵,技术没有想象的那么好。”创维—RGB 电子有限公司董事长兼总经理王志国表示,“我们需要将产业重新整合,站在消费者立场考虑能给他们带来什么。OLED 已经具备高对比度,高色彩能力,但是屏不能得到完美体现。我们也打造画质芯片,修正边缘,充分体现每一个像素点发光的 OLED 屏幕特色。除此之外,我们全面引入 HDR 内容,对声音提出苛刻要求,制造影院效果。我们相信这些改变也将辐射全行业。在高端推动基础之下,我们行业能将每一个电视终端尤其是配备 OLED 的电视终端推成中国中高端家庭的标配。”

“在这个过程中,一定会遇到这样那样的问题,所以我衷心希望 OLED 产业链各环节联合起来,共同探讨更好的发展前景。”白为民表示,“在平板发展初期,液晶电视有很多缺陷,大家对于液晶产品很不满意,比如有反应特别延迟,像踢足球一样视角特别窄等问题。随着对液晶投入的厂家和人力越来越多,力量越来越强,液晶电视比当初好了很多。但是另一个产品 PDP,直到今天我认为它本身效果还是非常不错的,但是主流开发 PDP 的厂家没有团结联合,后来做的人越来越少,以至于使 PDP 没有走下去。当前,OLED 产业的发展是前有阻挡、后有追兵,也面临非常激烈的市场环境。众人拾柴火焰高,我希望 OLED 产业链的各方携起手来,不断解决发展中遇到的问题,这样才能把 OLED 产品做得越来越好,市场占有率越来越高。”

而在董敏看来,一个新产业和新技术的普及,不一定仅仅是由于它性能优越、价格低廉,很有可能是由于上下游全产业链共同实现产业化和规模化。

电动汽车产销分别完成 7.2 万辆和 7.3 万辆,同比分别增长 24.2% 和 31.7%;插电式混合动力汽车产销分别完成 2.7 万辆和 2.8 万辆,同比分别增长 102.3% 和 130.8%。

崔东树表示:“在历经补贴政策调整后,新能源汽车发展呈现稳定较强特征。8 月份,在车市整体低迷的背景下,新能源汽车依然实现了高增长,已成为拉动车市增速和增量核心动力。”

数据显示,今年 1-8 月,新能源汽车产销分别完成 60.7 万辆和 60.1 万辆,比上年同期分别增长 75.4% 和 88%。其中,纯电动汽车产销分别完成 45.5 万辆和 44.7 万辆,同比分别增长 60.2% 和 71.6%;插电式混合动力汽车产销分别完成 15.3 万辆和 15.4 万辆,同比分别增长 144.2% 和 159.7%。

“今年,新能源乘用车市场走势呈现开门红的特征。1 月,新能源乘用车销量达到 31638 辆,同比增长 483%。因为春节因素,2 月实现了 2.9 万辆的销量,表现良好。3 月,政策明朗后的销量暴增到 5.57 万辆,4 月进一步拉升到 7.2 万辆,5 月拉升到 9.2 万辆,6 月回落到 7 万辆,但 7 月保持在 7 万辆的水平,8 月回升到 8.4 万辆,体现了新能源乘用车在政策明朗后的阶段性发展动力较强。”崔东树说。

值得关注的是,今年 8 月成为继 5 月份之后,第二个新能源汽车销量突破 10 万辆的月份。在今年只剩 4 个月的时间内要完成年初制定的“百万辆既定目标”,则需每个月都达到 10 万辆。对此,中汽协表示,有信心达成该目标。

在 8 月份的新闻发布会上,许海东表示,对我国下半年新能源汽车的产销成绩仍然有信心。“按照往年规律,上半年通常是车市淡季;加上市场正处于政策换挡的空白期,新能源汽车市场真正发力的节点会出现在下半年。”

“今年上半年新能源汽车产销情况远好于往年同期,预计下半年仍将保持较好的发展态势,维持之前全年产销规模超 100 万辆的判断。”许海东说。