

迈向高质量 稀土产业需提升产业链水平

► 本报记者 崔彩凤摄影报道



“如今,绿色发展成为行业发展共识,一些冶炼分离企业实现了废水循环利用。同时,稀土产业链延伸成为发展方向。如,南方稀土积极与中科三环等企业开展了高端磁材合作;北方稀土建立了涵盖永磁、储氢、抛光等主要功能材料运用装备生产线。另外,稀土产业集聚效应初步显现,形成了中、东、西、北方地区稀土产业的格局。以包头、厦门等为代表的深加工基地已经具有相当规模。”王伟介绍说,总体来看,我国稀土行业已经具备向高质量迈进的良好基础。

“世界稀土看中国,中国稀土看包头”。包头稀土储量丰富,是名副其实的“世界稀土之

都”,包头的稀土产业也可反应出我国稀土产业的整体发展情况。

包头市委副书记、市长赵江涛在论坛致辞时表示,近年来,包头持续致力于稀土资源的转化增值,编制了《包头市稀土产业发展行动计划(2018年—2020年)》,构建了六条产业链,实施了“稀土十条”“科技十条”“人才十条”等一系列政策措施,建立了中国科学院包头稀土研发中心、上海交通大学包头材料研究院、内蒙古自治区稀土功能材料创新中心等一批创新平台,实现了稀土永磁、储氢、催化、抛光、合金、助剂等功能材料产业的全覆盖,形成了完整的产业体系、政产学研协同创新体系和技术研发、测试评价、电子交

易、信息服务等为一体的配套服务体系。稀土永磁电机、环保镀色及纳米抛光、稀土特钢等一大批产品达到国际国内先进水平。稀土原材料就地转化率由过去的40%提高到75%,稀土功能材料及运用产业占比由32.7%提高到51%,挖土卖土的粗放型资源开发模式得到有效改变。

迈向高质量发展 挑战仍存

稀土产业转型升级正迈出坚实的步伐。不过,北方稀土(集团)高科技股份有限公司市场营销部部长刘海峰表示,近年来,稀土市场在供应格局多元化、需求增速放缓、产业发展质量不断提升,以及复杂严峻的外部环境等多重因素的作用下,市场格局持续发生变化,稀土产业也迎来新的挑战 and 机遇。

“当前稀土产业最为关键的是产业链延伸的问题,我们应重点考虑如何把功能材料及其中高端应用做好,把产品质量做上来。”刘海峰表示。

为此,中国科学院院士、中国稀土行业协会会长张洪杰建议加强知识产权保护,深入开展稀土基础研究。他表示,现有稀土新材料的原创技术基本上不是由我国掌握的。知识产权问题在未来国际竞争中的地位越来越重要,建议国家加强稀土基础研究,在培养稀土科技人才的同时,为发展我国原创性技术奠定基础。

在如何推动稀土产业高质量发展的问题上,王伟直指当前产业发展中年存在的瓶颈问题,有针对性地提出了几点建议。

王伟表示,目前,稀土冶炼分离正处在传统工艺向新工艺过渡的阶段,排放标准缺乏。应积极支持研发单位和企业不断完善新工艺,制定相应的标准,在重点稀土产业区建设稀土绿色矿山

和冶炼分离的示范工程。

同时,稀土主要产品依然是以中低端为主,在高端运用领域创新不足。稀土材料企业规模普遍偏小,整体的工艺、技术、装备自动化技术薄弱,产品生产的标准化、规范化运作流程也有待加强,质量稳定性和一致性与国外的同类企业相比有较大差距。要充分发挥稀土国家重点实验室、工程中心等创新平台的作用,建立以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的稀土创新体系,加强稀土研究、关键技术研发推广,挖掘稀土全元素的本身特性和功能运用,同时要积极鼓励企业围绕新能源、节能环保、电子信息等产业需求,加大稀土运用研发和产业化的力度,拓展镨钕镱钆高质利用,培育镨钕镱钆元素的平衡利用。支持宝钢集团、四川江通等企业优化轻稀土资源选矿综合利用的工艺。同时,要充分发挥我国产业体系完整的优势,加强与化工、有色、钢铁、建材、轻工、纺织等领域企业的合作交流和产业耦合,提升资源的回收利用水平。

另外,多数稀土材料企业规模普遍偏小,整体的工艺、技术、装备之自动化技术薄弱,产品生产的标准化、规范化运作流程也有待加强,质量稳定性和一致性与国外的同类企业相比有较大差距。因此,要不断地提升稀土全产业链的发展水平,积极推动稀土矿山开采、冶炼分离、回收利用、材料研发、精深加工、终端运用、贸易流通等全产业链的信息融合和对接协作,提升产业整体效率;要支持企业和研发单位加强核心技术知识产权的保护,强化稀土新材料研发设计、生产装备、运用服务等领域的专利布局,自主研发运用核心技术和提升产业整体竞争力;要支持稀土集团以及重点企业通过向下游产业链的延伸,以稀土永磁、催化为重点方向,通过科技攻关或者建立生产运用示范平台,共同提升产业链整体水平,增强产业发展的韧性。

转型升级见成效 产业发展渐入佳境

稀土产业的健康发展一直备受关注。近年来,有关稀土整顿的消息频出,“打黑”力度不断加大,产业发展渐入佳境。

王伟表示,新中国成立以来,特别是改革开放以来,我国稀土行业得到快速发展,实现了从无到有、由小及大的转变,形成了集矿山开采、冶炼分离、新材料及终端运用为一体的产业链研发和生产体系,成为全球最主要的稀土资源供应、生产、出口应用国。包头依托白云鄂博矿的资源,做了很多探索性工作,形成了一批有较高质量、影响力的优秀企业,成为重要的稀土生产深加工基地。

今年以来,通过到江西、福建、湖南等地调研,与重点企业、行业专家、行业管理部门进行多次交流,王伟欣喜地看到了稀土产业良好的发展态势。

拥抱5G时代 OLED电视布局高端市场

► 本报记者 邓淑华报道

透明电视、屏幕发声电视、壁纸电视……近日,OLED阵营厂商的多款OLED黑科技产品一同亮相“OLED Big Bang 燎原之旅”北京站。伴随着全球OLED阵营规模持续壮大,OLED电视市场不断扩展,众多OLED创新技术产品集体亮相,展现出了前所未有的新活力。

5G时代的来临,广州8.5代OLED面板生产线的正式启动,OLED电视在高端市场的进一步渗透,OLED电视正成为国内高品质产品消费者的“新宠”。面对OLED蕴藏的巨大价值,越来越多电视厂商纷纷寻找机会,重新布局OLED电视市场。

引领高端电视市场

从壁纸电视到卷曲、折叠、透明、双面显示等多种形态,OLED不断颠覆人们对电视形态的认知。作为能自身发光的新一代显示技术,OLED显示屏拥有更宽广的色域、更高的色彩饱和度、更轻薄、更快的反应速度、更广的视角和更低的能耗。

LG Display中国区市场推广常务安乘祺认为,以AI、IOT、5G为主的第四次工业革命时代来临,给显示行业带来了新机会。5G的数据处理速度和容量,将带动整个信息传播产业和显示行业生态链的变化。未来,随着5G时代的到来,消费者将要求更清晰的画质、更快的响应速度和更便捷的服务。由于OLED响应速度快、画质出色、可实现柔性设计,将成为适合5G时代的显示产品。

而在深圳创维-RGB电子有限公司执行副总裁谢思泉看来,5G的发展,可能会更好地带来万物互联的体验感,也将使OLED的智能应用场景更开放。“5G的来临,将给内容端提供更多选择空间,解决4K、8K节目源的传输问题。但丰富的节目源也对显示技术带来新要求,OLED的显示优势将更有价值。”

“此前,韩国是全世界唯一生产大尺寸OLED面板的国家,随着广州8.5代OLED面板生产线正式启动,大尺寸OLED面板生产将变为中国、韩国两大轴心。”LG Display副社长、TV事业部部长吴彰浩介绍,“产能的大幅跃升,将进一步加速全球OLED主流化趋势。”

在全球1500美元以上的高端电视市场,OLED销售不断增长,引领高端电视市场发展。在美国、欧洲、日本等地

区,OLED电视在高端市场的占有率分别为27%、41%、50%。

“相比其他地区,中国OLED渗透率较低,目前约为18%。预计今年开始会发生很大变化,消费者对于OLED的认知度和喜好度将越来越高。”安乘祺表示,“中国是全球最大的电视生产和消费大国。中国中产阶级人数已超过2.25亿,对高端产品十分关注。中国目前拥有5亿左右的老款电视。考虑到更新换代,拥有新显示技术的OLED电视将有广阔空间。”

OLED电视各具特色

2014年,全球只有3个品牌推出了OLED电视。目前,16个品牌选择OLED作为下一代显示技术,推出了各具特色的OLED电视。

创维自2013年推出中国首台OLED电视起,将OLED作为其核心发力点。今年3月,为了加速中国OLED电视普及进程,创维更是提出“让100万中国家庭用上OLED”的战略目标。

“创维已积累相关专利技术100多项。”谢思泉表示,创维下半年将加大力度,除了继续做快闪店的体验营销之外,还会推出更多新产品,满足消费者需求。“除了支持模组的新品,让产品的形态更有差异化,我们也会在中国率先推出88寸的8K。”

康佳集团多媒体中国区销售中心总经理朱忠庆说,康佳一直将OLED作为未来3-5年产品发展的重点方向,明年会有第二批产品在线上线下同步销售,共计两个系列5个产品。

索尼北京分公司高级经理胡光辉表示,索尼从未停止过对新技术的研发和探索,在OLED电视领域也一直保持领先地位。未来索尼还会不断挖掘OLED显示技术的潜力,加快丰富OLED产品阵容。

LG电子(中国)有限公司营业副总裁侯志鹏表示,明年LG电子OLED电视的推广策略主要会从家居化和场景化方向入手,形成家装带动OLED电视销量的全新销售模式。

作为今年加入OLED阵营的海信,青岛海信电器股份有限公司北京分公司总经理于文杰说道,今年海信所推出的A8系列是采用海信多年技术沉淀的OLED专属画质调校技术研发的,未来海信还会坚持致力于在OLED显

示技术的研发和突破。

飞利浦电视电商运营经理李寅认为,极致的产品代表极致的品牌力,用更亲民的产品降低体验门槛,才能扩大OLED的销量。

作为国产老牌的长虹,长虹北京分公司总经理孙宗彬指出,对于长虹来说,2018年、2019年是OLED市场的培育期。随着OLED时代的到来,长虹会在二三级渠道的基础上深入拓展三四级渠道布局,全面提高消费者对OLED整体认知。

向二三线城市下沉

除了电视整机厂商,终端零售渠道的京东、苏宁和国美的代表也进行了重要分享。

当被问到京东与OLED合作事宜时,京东家电事业部黑电采销部运营总监吴家利表示,京东与LG Display今年合作成立了OLED联盟。同时,为了充分吸引年轻的消费群体愿意打开电视,看电视,京东联合多个品类发起京东“趣打开”主题活动,让消费者通过感性的认识对OLED品质有更深认知。

苏宁B2B公司北区管理中心副总经理车宏亮介绍,今年上半年,苏宁OLED电视增长了74%。OLED作为被公认的下一代显示技术的代表,越来越受到消费者关注。苏宁在今年4月召开了OLED电视峰会,同时在线下为合作伙伴开放超过1.2万家互联网门店,举办了多场新品品鉴活动。同时,苏宁还跟品牌方共同建设OLED产品体验店。基于这些举措,预计2019年苏宁的OLED电视产品销售将达到13万台以上,明年的销量有望超过30万台。

国美电器彩电事业部总经理张涛表示,2018年下半年,OLED产品在国美整个体系里二三级市场占比比较低,只有14%。但是从2019年上半年到现在,OLED已经占比约25%。在整盘大幅增长的情况下,二级市场占比比一级市场跑得更快一些。这说明消费者对OLED产品的接受度越来越高。

万维云网预测显示,2019年中国OLED的市场将达到38万台,2020年将达到100万台。当前,OLED也正在向二三线城市下沉。

飞利浦电视欧风系列 8K电视 PUF9304 上市

8K作为彩电行业全新一代的前沿技术代表,虽然刚刚起步,发展势头却十分迅猛。今年3月发布的《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》明确提出,以“4K先行、兼顾8K”路线,大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用。因此,各厂商纷纷开始角逐8K电视领域,共同推动8K电视产业的发展。近日,欧系电视品牌飞利浦电视推出了首款高端欧风8K电视新品——PUF9304/T3天境电视。

据了解,飞利浦欧风系列新品8K PUF9304/T3天境电视,不仅屏幕分辨率高达7680×4320,是普通高清电视的16倍、4K超高清电视的4倍,而且各项性能与专注于促进8K生态系统发展的跨行业组织8K协会(SKA)最新公布的8K标准相一致,整体性能非常好。

不仅如此,这款欧风8K电视继承了飞利浦欧风系列产品的欧洲极简工艺美学以及飞利浦特有的两大创新科技——“流光溢彩”技术、“P5画质增强引擎”技术,产品体验远超客户的期待。值得一提的是,当下8K电视推广的一大障碍——8K内容的极度匮乏,让很多消费者对8K电视望而兴叹。而飞利浦8K PUF9304/T3电视通过P5画质引擎,能够将4K片源优化,提升到接近8K的画质,让消费者提前享受到8K画面的细腻感受,有力地助推8K电视市场的发展和走向。

伴随着5G技术、人工智能技术和8K技术的发展,彩电行业获得了新的发展动力,但市场规模仍在下降,整个电视行业需要飞利浦欧风系列新品8K PUF9304/T3天境电视这样的差异化产品带动8K电视产业前进。源于128年品牌的深厚积淀和精致欧系风格,飞利浦电视也将为行业带来新的动力。

姚晓雯

