

各地综合施策 二季度有望迎来更大消费热潮

■本报记者 韩昱

随着“五一”假期临近,各地消费热潮涌动。

4月29日,上海第四届“五五购物节”与商务部“国际消费季”将共同启动,发力“新客群”“新供给”“新场景”;4月26日晚,“粤港澳大湾区消费季暨第三届直播电商节”在广州市正式开启;五一小长假期间,山西省文旅厅推出2023年山西省文化和旅游消费季惠民政策;北京、山东等地也纷纷“出招”,推动消费持续向好。

促消费举措效果明显

“从消费现状来看,全国消费复苏势头可谓强劲。”巨丰投顾高级投资顾问谢后勤在接受《证券日报》记者采访时表示,这一轮消费回暖潮有望超预期,从目前各大平台预订数据来看,“促消费”政策助力成效明显,在激发市场活力、惠民的背景下,也促进了更多出行的需求。

在各地加力促消费的背景下,国内消费复苏情况如何?星图金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示,从一季度的经济数据来看,消费已经成为拉动经济增长的主动力量之一,其中,3月份社会消费品零售总额同比增长10.6%,比1月份至2月份大幅加快7.1个百分点。无论是居民消费信心还是企业经营状况都在持续改善,这与经济形势持续好转、一系列促消费政策的支持是分不开的。

在商务部研究院电商所副研究员洪勇看来,全国消费市场之所以能够稳步恢复,并呈现出回暖势头,背后主要有两方面原因:一方面,国家加大宏观调控力度,实施稳就业、稳外贸、稳外资等一系列政策,增强了市场信心和消费者信心;另一方面,各地政府也采取了一系列措施来促进消费,比如发放消费券、减免税费、扩大消费领域等。

地方数据也显示出消费向好的趋势。以北京为例,今年一季度,北京市

总消费、服务消费、社零总额较2019年分别增长14.7%、25.6%、2.8%;社零总额增速较上年四季度大幅提升13.5个百分点,提升幅度快于全国5个百分点。

不过,洪勇也提醒,各地政策的出台,对刺激消费、推动经济发展具有积极意义。但是也需要提前注意一些问题,比如消费过度带来的环境压力、消费习惯转变等。要更加注重可持续消费、绿色消费等方面的发展,同时也需要更好地引导消费者树立正确的消费观念,推动形成更加健康、理性的消费市场。

政策仍有发力空间

如何巩固消费回暖复苏的势头,是备受关注的课题。受访专家认为,从政策端助力消费的发力点仍较多。

付一夫表示,短期来看,一方面,应进一步创新线上线下消费场景。另一方面,短期内可以继续实行现金补贴与消费券发放相结合的多元化补贴方式。

在支持消费领域的创新和升级方面,洪勇认为,各地也可以加大对新兴消费领域的支持,比如数字消费、健康消费、智能消费等。

海南大学“一带一路”研究院院长梁海明在接受《证券日报》记者采访时表示,帮助中小微企业打造社交电商,自制社交电商平台,也将有利于进一步扩大消费。在社交电商平台,通过社群营销,品牌不但可以突围而出,还能形成消费黏性。这种情况下,地方政府可通过补贴经费、提供资源等措施,协助本地企业发展社交电商、新创社交电商平台。

对于“五一”期间及未来的促消费活动,在4月27日商务部召开的例行新闻发布会上,商务部新闻发言人束珵婷表示,二季度,商务部将组织开展绿色消费季、国际消费季等主题活动,举办双品网购节等专题活动,推出“美丽乡村 休闲生活”“品牌消费 品质消费”等13个消费场景。各地也将因地制宜举办系列活动,推动消费市场稳步恢复。

数字中国建设峰会现场观察: AIGC加速产业化 算力网络进入实用阶段

■本报记者 李乔宇

大片级视频立等可取、身在展会现场也能远程操控挖掘机……4月27日,以“加快数字中国建设,推进中国式现代化”为主题的第六届数字中国建设峰会如约而至,数字中国建设最新成果得到集中展示。

“无论是从规模还是增速来看,数字经济都已成为推动我国经济增长和社会发展的重要引擎。”天翼云科技有限公司总经理胡志强在第六届数字中国建设峰会·云生态大会·合作论坛上表示,预计2022年我国数字经济规模的GDP占比将超过40%,并以30%的年均复合增长率持续增长。

上市公司展示创新成果

在峰会现场,记者见到了多家上市公司的身影。

“我们的展台非常火爆。”国脉文化5G产品经理俞志杰颇为兴奋地说。此次,国脉文化带来了名为Show Movie的视频制作产品。记者体验了解到,只需在镜头前进行几个简单的动作,一段自带背景、音效及渲染的“大片级”视频就能够“立等可取”。过去,用户想要拍一段同等质量的视频需要一千元左右,而现在成本可以降低约九成。

据了解,Show Movie等AIGC产品的产业化正呈加速态势。俞志杰表示,公司目前正在跟各大景区接洽,未来Show Movie将会深度进入文旅产业。

算力网络从概念走入实用阶段的进程,同样得以展现。摇动拉杆变换方向,推动拉杆进行作业……随着拉杆晃动,屏幕的画面也随之出现变化。在中国移动的展台上,摆放着一台安装了挖掘机远程操控系统的设备。正是通过这台设备,矿山挖掘机工人们在室内就能够完成基础的挖掘工作,远离高粉尘以及严寒酷暑的工作环境,同时避免因突发状况带来的危险。

中国联通今年则携手华为、中兴、英特尔等40余家生态合作伙伴亮相。“线下+线上”混合开庭、驻所远程开庭等典型应用场景以及四川教学视频云平台、甘肃全民健康信息平台、武夷山茶产业一张图平台、翼云居商旅酒店在线预订服务平台等展项均备受关注。

中国联通此次也带来了工业互联网建设的最新成果:无需量体裁

衣,只需步入3D量体仓,不到1分钟时间就可以看到属于自己的服装版型数据;戴上特制眼镜,对准发动机进行扫描,眼镜内便可以看到每个零件的名称,可使用虚拟工具模拟检修操作……

此外,此次峰会上,京东方带来了中国半导体显示领域首个技术品牌旗下可媲美OLED画质的大尺寸液晶电视,百万级超高分辨率Mini LED裸眼3D大屏、110英寸8K超高清裸眼3D大屏等前沿创新技术,及智慧医疗、AIoT等数字经济应用场景解决方案。利亚德通过红外摄像机实时捕捉采集演员动作的数字人系统,亦引发观众围观。

发展难点引热议

此次峰会的集中展示、主论坛及20个分论坛为与会嘉宾提供了深度探讨数字经济转型机遇与挑战的机会。

在“2023云生态大会”上,胡志强表示,想要抢占全球数字时代发展主动权的战略目标,我国数字经济还面临着六项困难和挑战。第一要解决算力的高质量供给和普惠服务问题;第二要解决数据要素的流通问题;第三要积极融入人工智能带来的生产力革命;第四要解决关键核心技术卡脖子问题;第五要解决数字经济发展的网信安全问题;第六要解决企业在数字化转型过程中面临的实际困难和问题,切实降低企业数字化转型的技术门槛和试错的成本。

奇安信集团政企市场部负责人苑一时告诉《证券日报》记者,“当下数字经济的发展,有一个底座还不牢靠,那就是网络和数据安全保障这个底座。”

苑一时表示,各地数字化建设对网络安全和数据安全的重视度不够,缺少顶层的建章立制和资源保障;安全建设的体系化程度不够,普遍缺乏整体规划设计和建设方法;安全运行工作开展不足,没有面向实战去落地安全保障;行业安全监管力度不足,网络和网络安全风险监测和应急指挥手段缺乏;安全人才和生态的建设不足,缺乏有力的人才和产业支撑。

在苑一时看来,加强数字经济建设,破解数字经济发展难点,可以加强安全与数字化业务的深度融合,并在全国积极打造网络安全技术研发基地和人才培养基地,壮大面向数字中国的安全生态力量。

直击中国家电及消费电子博览会: 展会规模创新高 产业链生态更强大

■本报记者 贾丽

2023年中国家电及消费电子博览会(以下简称“AWE”)于4月27日在上海新国际博览中心正式开幕。

《证券日报》记者获悉,此次AWE规模达15万平方米,包含13个展馆,为历史最大规模。同时,本届展会参展商超过1千家,也是展商数量最多的一届,包括格力电器、长虹美菱、科大讯飞、力合微等多家上市公司,均亮相AWE。从“等订单”到“忙合作”,会场呈现一派火热景象。

“此次AWE规模空前提升,显示出企业经历低谷后恢复兴起的态势,为行业创新发展注入信心、激发活力,各界正加速共建包容、开放、破界、共生的产业融合生态。”中国家电协会秘书长徐东生在AWE现场接受《证券日报》记者采访时表示。

家电巨头展开“芯”的较量

今年展会汇聚了国内外多家颇具影响力的企业,在这里展示5G、AI大模型等前沿技术及行业融合成果。

家电巨头之间的比拼从全品类升级到“芯”的较量,康佳高端电视融合了QLED与Mini LED技术,采用512颗激光芯片;三星MICRO LED独立控制两千多万颗微型LED芯片。长虹、当贝等品牌更是激战激光大屏市场。格力电器则打破家电固有“标签”,带来旗下相对较少露面的凌达、凯邦、新元等科技工业制品。

长虹控股集团新闻发言人饶彬彬对《证券日报》记者表示,“家电行业智能化、高端化趋势愈发显著。今年AWE,语音交互、全屋智能已成为品牌标配。绿色节能产业链及解决方案也成为各家展示重点。目前行业智能家电占比已达80%。”

除了传统家电企业外,华为也亮相此次AWE,依托鸿蒙智联系统不断拓展其“链上生态”。在现场,华为大屏系统显示,已有超100家家电及消费电子厂商在企业“内链”外,加入了华为的“外链”端口。

此外,诸多外资品牌如松下、三星等也同台竞技。松下家电(中国)有限公司营销中心总监王祺告诉记者,“松下看好鸿蒙生态,希望这一系统可以把家电品牌及产品串联起来,共同做大蛋糕。”

外资品牌寻求维系高性能的联通之路,国内品牌则不断提升研发力度,逐步辐射全球市场。“今年AWE,智能家居、物联网、元宇宙、汽车等相关技术产业展出占比进一步扩大,交互式、场景化、定制化展示形式越来越多。”钉科技创始人丁少将表示。

行业回暖迹象显现

在智能科技馆中,人工智能、虚拟现实、智能汽车、元宇宙等新技术应用备受关注。

其中,车机系统成为今年AWE的一大亮点。华为联合参与设计的AITO汽车、三星的合作伙伴捷尼赛思汽车和创维汽车均亮相展展,车机一体、智能座舱、家车互联等吸引大量观众驻足。

展会现场,中国电子视像行业协会执行秘书长彭健锋对《证券日报》记者表示,“家电企业已经以部件供应商及制造商身份全面入局汽车产业。随着电动化发展,智能家电、手机和汽车的场景打通还有很大空间。”

值得注意的是,此次AWE超千家展商中囊括了数百家通讯与物联网企业及核心部件供应商。记者走访展会现场,重点采访了产业链上下游的零部件、材料等企业,以了解当下的市场情况。

“今年4月份起,国际市场需求逐渐有了起色,外贸订单明显增加。高端结构性升级依然是行业变革发展的主基调,绿色、智能家电消费电子的下沉普及也蕴藏着新机遇。”有家电新能源安控领域供应商负责人高兴地对记者表示。

厦门赛尔特电子有限公司项目经理吴祖荣在接受《证券日报》记者采访时表示,“前几年家电企业都在找国产化替代,目前配套发展较为完善,产业链已经实现国产化和自主可控。虽然外部环境整体依旧严峻,但家庭储能、户外电源领域的机会已经出现,今年以来公司在这些领域的订单量已出现超300%的大幅增长。”

“行业目前仍在复苏过程中,智能家电及消费电子行业在AWE上展现出新活力,市场终究会迎来拐点。”智能控制器提供商瑞德智能营销总监张磊对记者表示。



锚定新风向 电子消费端正持续升级

■贾丽

中国家电及消费电子博览会(AWE)一直被视为行业的风向标,反映科技产业走势脉络。受外部因素影响,过去两年AWE一度按下暂停键,如今再度开启又是一番繁荣景象。整体来看,2023年AWE较往年有三大变化:

首先,此次展会展示了各种智能家居产品、智慧城市计划,智慧一体化操作成为企业标配。从形状各异的智能手机、可穿戴设备、AR眼镜到智能汽车,消费电子产品和技术大放异彩。超高清电视、机器人、5G科技产品也进一步普及。

其次,此次AWE众多企业联合展出。车机联动、品牌联动、国内外联动……展会前瞻性、联动性的色彩更强,中外合资品牌在展会上也显著增多。

最后,家电企业变身综合科技巨头,从曾经的“单兵”单点作战转向“集团军”体系整装作战。

今年的AWE,是高端智慧家电的T

台,是未来科技的前沿阵地,亦是无限可能的窗口。AWE在激发企业创新活力、推动产业转型升级与供给侧结构性改革、促进消费升级等方面发挥了重要作用,为国内外家电和消费电子企业搭建了一座桥梁。

随着全球产业竞争逐渐转向链式思维和系统思维,以产业链为单位的协同升级模式也成为我国消费电子产业发展的主流思路。在中国市场,消费电子行业的链式协同发展越发凸显。其中,大型企业以其较强的技术优势和整合能力,发挥着引领作用,中小企业更注重创新提升配套协同水平,为我国消费电子产业发展注入新动力。

尽管目前部分国内企业由于技术积累不足等原因,前沿产品落地的实际成效与预期存在一定的差距,但企业及产业链对前沿技术产品的“渴求”,已经通过此次AWE得到生动反映。锚定未来的新风向,电子消费端正不断升级,推动行业提质增效,走向全球。

家电业悄然复苏 机构建议布局三条投资主线

■本报记者 姚尧

4月27日,2023年中国家电及消费电子博览会在上海开幕。家电领域创新成果将集中释放,并引领家电与消费电子产业发展方向和消费趋势。日前,奥维云网发布了2023年一季度家电市场数据,数据显示,不含3C产品,家电市场一季度的零售额约为1554亿元,同比下滑3.5%,但是下滑主要集中在1月份,下滑幅度为23.9%,2月份和3月份则分别同比增长28.1%和0.8%。可以发现,国内家电市场复苏趋势逐渐显现。

在相关利好消息持续推动下,4

月份以来,申万一级家用电器行业指数累计上涨1.89%,在申万一级行业中位居前列。在家用电器板块中的88只个股中,长虹美菱、小熊电器、海信电器、奥马电器、盾安环境、海信视像等个股涨幅均超10%。

富荣基金研究员王锦锋对《证券日报》记者表示,“家用电器行业表现较好,主要是由于今年一季度空调销量的增长以及3月份家电出口数据优于市场预期。2023年二季度销售旺季到来,叠加渠道低库存,预计空调景气度或继续维持强势。此外,地产回暖家电需求有望迎来复苏。随着海外库存去化以及低基数效应,家电

企业外销有望环比持续修复。”

从家电行业的下游需求来看,德邦证券研报显示,3月份全国住宅销售面积单月同比增加0.17%至12864.21万平方米;1月份至3月份全国住宅累计销售26251.39万平方米,同比上升1.4%,由1月份至2月份同比下降0.6%转正。一季度地产竣工提振明显,家电销售滞后地产竣工两个季度左右,有望带动厨电、白电等地产业绩回升。

从上市公司业绩角度看,截至4月27日,在已经发布2023年一季度业绩报告的51家家电行业上市公司中,共有29家归属母公司股东的净

利润实现同比增长,占比超五成。其中,长虹美菱和天银机电的归母净利润同比增长均超1000%;奥马电器、立霸股份、德业股份、融捷健康、奥普家居的归母净利润增幅均超100%。

对于家电行业的投资机会,民生证券表示,建议从以下三条主线进行布局:一是在稳增长背景下,保交楼、“三支箭”政策从竣工端、供给端带来的地产链相关投资机会;二是行业产品结构替代进入尾声叠加以价换量,量增逻辑逐步强化;三是低估值、具备全球竞争力的白电龙头,原材料价格下行有望带来盈利端修复。