

编者按:近年来,各国纷纷推出新的电子信息产业发展战略:美国提出了“智慧地球”等理念,重点关注医疗电子和光电子等新型信息技术的发展;日本的信息战略重点关注教育、医疗和政府服务领域;韩国出台IT战略;英国提出“数字英国”计划……电子信息产业规模大、技术进步快、产业关联度强,已经成为经济增长的重要引擎,更是国民经济的战略性产业。

2008年,全球金融危机严重冲击世界经济,中国电子信息产业也遇到了前所未有的困难,产品出口骤然下降,企业生产经营困难,导致增速大幅下滑。2010年,随着全球经济的好转以及电子信息产业调整和振兴规划的实施,这一困境得到了极大改善,中国信息产业前进的脚步重新回到正轨。

作为“十二五”开局之年,也正值“后金融危机时代”,世界各国普遍面临着经济结构的调整。在总体利好的国际环境下,电子信息产业仍将面临各种不确定、不稳定的因素,有关部门预计,2011年,中国电子信息产业将呈现前低后稳的发展态势。

收官之年 电子产业“大笑江湖” 开局之年 中国要唱“发展欢歌”

■ 本报记者 徐 森

近年来,在国家扩大内需、产业转移战略的引导下,随着技术升级和行业转型调整步伐的加快,电子信息产业步入新的发展阶段。日前,工业和信息化部(以下简称工信部)运行监测协调局发布了《2010年电子信息产业统计年度报告》。报告指出,2010年前11个月,中国规模以上电子信息产业销售规模达7万亿元。规模以上电子信息制造业工业产值增长17.2%;出口交货值同比增长27%;利润同比增长53.7%。

据最新发布的中国·中关村电子信息产品指数显示,2010年,电子市场价格指数创年度最低值89.13,同比下降2.82%;景气指数先抑后扬报收1085.02,同比下降1.72%。北京中关村电子产品贸易商会会长、北京海龙资产经营集团公司董事长鲁瑞清对记者表示,2010年,中国电子市场强劲复苏。在不断地技术创新中,中国电子市场成功抵御了通胀压力,产品价格全面回落,市场景气,老百姓用上了高性能、低价格的科技产品。

作为“十一五”的收官之年,2010年,中国电子信息产业的经济效益稳步提高,出口增速逐步回升,投资持续高位增长,产品结构调整深入,产业链向上延伸的趋势更加明显,企业、市场和区位优势出现新趋向。国务院参事、中国电子商会会长曲维枝对记者表示,世界电子信息产业的复苏,为电子企业的发展提供了良好的环境。未来,中国的电子信息产业,云计算和物联网将加快发展;绿色IT将成为行业趋势;随着信息技术的不断提高,社会基础设施等都将从中获益;教育电子、医疗电子等市场发展空间将十分广阔。

国际环境总体利好

国际货币基金组织预计,2011年,世界经济将增长4.2%,正在从衰退走向复苏,但进展缓慢。工信部运行监测协调局报告指出,主要发达国家失业率居高不下,金融体系问题仍将持续,大宗产品价格上行趋势明显,这些都将影响全球经济复苏,信息技术市场总体看好,但增速有所放缓。

据IDC(互联网数据中心)等市场研究机构预计,2011年,全球信息

技术支出增速总体将低于2010年,预计增长5%左右;半导体、彩电、手机、计算机行业收入增速将不同程度趋缓,PC(个人电脑)出货量4亿台,增长15%左右;彩电2.5亿台,增长5%左右;手机16亿部,增长11%左右;半导体行业收入将达到3200亿美元,增长6%左右;软件及相关服务将继续保持两位数的增长。业内人士指出,从国际环境来讲,中国电子信息产业发展将面临三大有利因素。

一是各国把电子信息产业作为调整的重点,通过信息产业发展的和信息技术深度应用来推动更高层次的再工业化,将导致电子信息产业投资规模扩大,并带动全球信息技术市场的整体增长。

二是产品结构升级带来很多新的增长点,移动互联网、物联网、云计算、节能环保成为产业增长的重要领域,软件和服务成为竞争的焦点。

三是新兴市场将成为带动全球市场增长的重要力量。非洲、南美、东南亚IT市场都将保持两位数的增长,印尼、印度、巴西手机市场容量将超过1亿部,计算机和彩电市场出货量也将呈现快速增长的态势。

消费电子商潮涌动

2010年,在全球金融危机余波未尽,影响犹在的形势下,消费电子作为国家产业振兴规划的重要行业之一,呈现内外旺销、稳定增长、运行良好的势态。中国行业评价中心高级分析师叶为金指出,从发展趋势看,消费电子产品虽然面临全球消费需求放缓、出口下滑和人民币升值等众多不利因素,但随着全球经济的不断趋好以及消费能力的增强,消费电子产业发展会继续向好。2011年是“十二五”规划实施的第一年,宏观经济将保持较快增速,国家将会出台进一步支持电子产业的发展政策,加快行业持续增长。因此,从中长期看,电子产业发展前景十分明朗。

从国内市场来看,新型电子产品已经成为2010年国内消费的新亮点。随着经济的不断回升,消费者信心逐渐恢复,电子产品的购买以及更新需求迅速释放,LED、触摸屏等新兴产品的消费也开始升温,3G网络的普及更是促使了手机的更新换代,并推动了上网本、PDA(个人

数码助理,一般指掌上电脑)、电子阅读器等移动上网电子产品的销售。从市场表现来看,信息服务、信息设备、电子元器件等产品将持续受到消费者的青睐。在工信部重点监测的12种家用电器产品中,有10种产品的销售增速已超过了20%。而消费者对产品的需求也逐渐多元化。以功能多样的数码相机为例,中国电子商会副秘书长、消费电子产品调查办公室主任陆刃波告诉记者:“中国数码相机消费市场的需求在不断发生变化,正从单纯的追求品牌,向产品拍摄品质和功能多元化转变。其中,相机外观造型、便携程度以及功能是消费者选择消费类数码相机首先考虑的3个因素。消费者对影像产品的的期待早已由用数码相机拍摄生活提升至用创意激励生活的层次。”

而从国际范围来看,金融危机对家用视听设备制造业出口形成了较大的冲击。国家信息中心经济预测部高级经济师王硕指出,随着危机逐渐结束、世界经济回暖,家用视听设备制造业的出口形势将得到快速恢复。国家统计局的统计数据显示,2010年1月至11月,中国家用影视设备制造业累计出口交货值完成1378.6亿元,同比增长22.3%;音响设备制造业累计出口交货值完成683.42亿元,同比增长18.25%。2011年,世界经济有所好转,特别是新兴市场国家的经济增长势头回升相对较快,而近期美国公布的经济数据也显示出,美国经济复苏的进程超过此前预计,世界经济回暖态势将得以继续,这有利于中国家用视听产品的出口保持平稳增长。同时,中国与世界各国和地区的双边贸易协定谈判进展顺利,2009年以来,中国与智利、秘鲁、东盟六国等国家和地区签订的自由贸易协定先后生效,这将进一步扩大中国家用视听产品在发展中国市场的推广。

通信营销内外旺销

全球互联网用户人数在过去5年间翻了一番。据联合国组织国际电信联盟此前公布的数据显示,2010年,全球互联网用户人数将突破20亿,接近全球人口的1/3。庞大的人口数量充分说明互联网的便利性极其强大功能,互联网的广泛应用使全球消费者的生活方式,包括

购物行为方式发生显著变化,而消费者需求的不断变化将促使通信营销渠道(网络购物、电视购物等渠道)的迅速发展。

据有关人士向记者介绍,在中国的“十二五”规划中,国家重视并大力扶持通信营销渠道作为新型渠道的发展。2010年,商务部提出的目标是,力争到“十二五”末期,网络购物交易额达到社会消费品零售总额的5%。中国电子商会有关人士指出,各大部委扶持政策预示着,中国通信营销渠道市场将在2015年前达到1万亿元以上的规模,空间巨大。2011年,中国通信营销市场仍将保持快速增长态势,其中值得期待的是B2C(商家对客户)企业,预计其增长速度将超过2010年。另外,居家购物企业也将快速发展。

在国际上,通信营销渠道稳定发展,各大企业将更加重视与中国的合作。有数据显示,日本65岁以上人口占总人口的比例是25%,到2030年将会增长到30%左右。这意味着人们对市场产品的需求越来越小。为此,诸多日本企业的应对措施是,尝试向海外扩张。而中国由于人口、收入的不断增加,吸引了日本及很多海外通信营销企业进入中国市场,这些企业不仅会带来先进的管理、服务和产品,也将参与到市场竞争之中。

在国内,中国通信营销企业也将大有作为,三网融合将带来通信营销渠道新机遇。业内人士指出,三网融合是一个庞大的产业机遇,其最大获益者是大众,三网融合使得信息资源得以共享,网络实现互联互通,将满足人们在任何时间、任何地点,通过信息关联的方式方便生活,由此三网融合下的服务将进入人民的生活、娱乐和工作中去。即将到来的三网融合带来的零售模式将是结合电视、互联网、手机、平面媒体、户外媒体、展示店等媒体终端在内的一站式零售方式。通信营销企业可以运用自身已有的优势,充分与其他优势企业实现合作共赢,推动传媒、零售、捆绑等其他业务共同发展。未来,移动互联网的前景更为业界广泛看好。随着移动设备使用的不断增加,消费者使用手机的频率将大大增加,通过智能电话,消费者可在线浏览商品目录、进行商品比较、了解促销活动、查询店铺位置信息和库存供货能力等,

并直接完成交易。技术的快速发展,为通信营销行业今后的发展带来更为广阔的前景。

深层矛盾值得关注

2011年,中国电子信息产业面临的形势十分复杂,虽然结构调整和产业升级带来发展的动力,但产业面临的各种不确定、不稳定因素也在不断增多,一些深层次的矛盾正逐步显现。

在国际上,全球经济复苏的基础仍不牢固,发达国家鼓励提前消费的导向有所收敛,欧元区国家的财政支出普遍收紧,这将影响国际市场整体环境;发达国家实施宽松的货币政策,汇率对人民币持续贬值,将给国内出口商带来较大压力。2010年第三季度以来,中国对法德等主要欧元区国家的电子信息产品出口增速放缓,未来这种趋势可能会进一步显现;全球电子信息产品市场已呈现放缓趋向,从代表行业风向标的半导体行业来看,库存增多、价格下降、设备采购减少等日趋明显,这也预示行业开始从波峰阶段逐步趋缓;欧洲主要国家下调光伏上网电价补贴,全球光伏市场增速将明显放缓;全球贸易保护主义日趋抬头,各国纷纷采取反倾销、反补贴、保障措施以及各种专利诉讼遏制外国产品进入本国市场。中国是世界电子信息产品制造和出口大国,中国生产的电子产品势必成为各国采取措施的主要对象;同时随着中国经济实力快速提升,部分发达国家将加大对中国经济的战略打压,并最终在贸易领域体现出来。

在国内,2010年以来,原材料、劳动力等要素价格全面上涨,人民币升值加快,给企业经营带来很大压力;部分新兴行业发展亟需加强规划引导,在行业发展过程中,部分地区存在不顾自身条件盲目发展的问题,尤其是光伏、LED产业低水平重复建设问题突出;在市场上,假冒伪劣产品冲击日趋明显,低价竞争现象越演越烈,产品质量和售后服务有待提高。

综合来看,当前电子信息产业已经从规模扩张转向结构调整的新阶段,行业发展的速度相比过去将有所放缓。工信部运行监测协调局预计,2011年,电子信息产业将呈现前低后稳的发展态势,全年电子信息制造增加值将增长15%左右。

