

推动企业上下游协同、左右岸配套、大中小融通

新型显示产业链协同创新走深走强

■ 本报记者 张伟伦

在数字化日益发展的当下,显示无处不在,正不断赋能旅游文创、教育出版、数字医疗、车载显示、智能家居和虚拟现实等领域,行业孕育着巨大的市场机遇。然而考虑到在全球经济发展面临的诸多挑战,显示产业也正在经历着一次“大考”。在此背景下,加快显示产业关键技术创新研发,积极引导相关产业合理布局、协同发展,提高全产业链创新能力日益凸显。

“作为战略性新兴产业的重要组成部分,新型显示产业高质量发展关系到新一代信息技术产业健康发展和数字信息‘最后一米’的安全呈现。”工业和信息化部电子信息司副司长杨旭东8月22日在北京召开的2023世界显示产业大会新闻发布会上阐释了显示产业发展的重要意义,同时指出,“最近一两年,尽管受下游需求不振和行业周期下行等因素影响,我国新型显示产业仍然表现出较强的产业韧性和抗冲击能力。”

与其他行业类似,显示产业在中国也呈现出较强的规模效应。工信部数据显示,2022年,全行业产值逾4900亿元,全球占比36%,继续位居全球首位;显示面板产值超3600亿元,全球占比48%;显示面板出货面积1.6亿平方米,全球市场占比68.6%,同比增长5个百分点,牢牢占据世界首位。

行业研发能力不断提升。杨旭东介绍,中国新型显示产业在全球的重要地位逐渐确立,行业整体实力迈上新台阶,在TFT-LCD(薄膜晶体管液晶显示器)领域,中国已具备国际领先优势,AMOLED(有源矩阵有机发光二极管,是一种显示屏技术)量产能力逐步增强,电子纸、量子点、Mini/Micro LED(次毫米发光二极管/微发光二极管)、印刷显示、激光显示等多种显示技术加快壮大。

“从北京冬奥会、冬残奥会到成都大运会,众多新型显示产品惊艳亮相、广受欢迎,就是‘显示无处不在,显示惠及社会 and 人民群众’最好的例证。”杨旭东说。

记者了解到,新型显示技术上游主要包括原材料、生产设备及零部件,中游涵盖面板与模组制造,产业下游则是消费电子等显示终端应用。目前,国内中下游产业链相对较完善,上游产业链仍存在短板。推动新型显示产业核心技术攻关成为许多业内人士的共识。值得注意的是,近年来我国蓬勃发展的显示产业也正在带动上游配套产业的不断发展完善。

“我国新型显示产业链协同创新机制不断健全,通过推动全链创新,加快知识产权布局,加强前瞻技术研发等方式不断提升自身水平,在超薄、柔

性、透明显示、4K/8K超高清显示等领域取得明显进步。”杨旭东介绍,我国新型显示产业高端化、智能化和绿色化发展成效显著,并深度融入全球产业链,除了为全球提供优质价廉的产品外,还吸引了很多全球产业链上下游企业来华投资建厂,深度参与产业链建设,与国内企业紧密合作,共同推动全球新型显示产业持续健康发展。

由四川省人民政府、工业和信息化部主办的2023世界显示产业大会将于9月7日至8日在四川省成都市举行。四川省政府副秘书长刘全胜介绍,大会将紧扣全球新型显示发展方向,围绕重点企业、关键技术和尖端产品开展论坛研讨;围绕核心产业链,京东方、极米、维信诺、长虹等龙头企业将发布新品,举办技术投资路演会和成果交易会等活动。大会还将拓展市场开放度,坚持会展集聚带动产业集聚,围绕光刻胶、PI材料、精细金属掩膜板、驱动IC等环节强链延链补链,以期实现以交流合作推动企业上下游协同、左右岸配套、大中小融通。

据介绍,近年来,四川显示产业充分发挥显示面板企业龙头带动作用,已初步构建起以成都、绵阳、眉山为基地的成绵眉显示产业集群布局,2022年四川省显示面板产值占全国的24%,显示面板出货量规模位居全国

第三,已成为我国新型显示产业重要集聚区。特别是成渝地区智能终端产业规模优势突出,生产了全球三分之二的iPad、50%的笔记本电脑和10%的智能手机,是全球最大的智能终端生产基地,全球最大的计算机整机生产基地和全球第三大智能手机生产基地,庞大的终端制造为新型显示产业提供了广阔的发展前景。

面向未来,新型显示产业链国际协同有望稳步增强,实现全要素配置不断优化。对此,杨旭东表示,推进产业创新发展,一是更加着力加强统筹协调,推动资源要素集聚,打造产业发展新格局;二是更加着力推动技术创新,夯实产业发展基础,鼓励、引导企业加大创新投入,支持知识产权建设和标准制定,聚焦发展痛点难点堵点问题和前瞻技术领域;三是更加着力优化产业生态,强化公共服务支撑能力,不断推动产学研用深度合作,构建产业协同发展体系,增强产业发展内生动力;四是坚持不懈、更加着力深化国际合作,积极拓展多元市场,坚持全球视野、开放思维,积极开展多渠道、多层次国际合作模式,促进与全球产业链的深度融合,让优秀跨国企业在我国新型显示产业发展中获得更多机会,也不断推动我国显示企业走出去,为全球产业发展贡献力量。

8月21日发布的《2023年我国工业软件产业发展研究报告》显示,我国工业软件产业发展机遇大,新技术新业态孕育新生机。但同时,我国工业软件产业发展也面临技术基础薄弱、产品体系化发展不足、供需两侧融合度低、产业发展生态不健全等问题。

细分领域存在不足

随着新一轮科技革命和产业变革的深入发展,工业软件作为工业技术和知识的程序化封装,已经广泛应用于几乎所有工业领域的核心环节。

2022年,我国工业软件产品实现收入2407亿元,同比增长14.3%,高于全球增长率。今年上半年,工业软件产品收入1247亿元,同比增长12.8%,呈现出向好发展的势头。2022年,北京华大九天科技股份有限公司、杭州广立微电子股份有限公司等11家工业软件企业成功上市,共有近170家机构和投资者布局工业软件赛道。

“总体看来,我国工业软件基础仍然薄弱,关键核心技术的瓶颈没有得到根本解决,企业小、产业弱的特征依旧明显,产业链、供应链的韧性和安全水平亟待提升。”工业和信息化部信息技术发展司副司长王威伟说。

工业和信息化部电子第五研究所副所长王蕴辉介绍,尽管我国工业软件取得了一定的成绩,但是从细分领域看仍然存在着一定的不足。其中,研发设计类软件核心技术差距较大,处于技术导入的推广阶段与市场培育的成长期,国产软件市场占比不足10%。对于生产制造类软件来说,国外产品在高精尖控制领域具有绝对的优势,而国内的产品主要集中在中低端市场。经营管理及运维服务类国产软件的市场占有率则相对较高。

好软件是用出来的

当前,我国工业软件产业的发展机遇与挑战并存。近年来,国家高度重视工业软件的发展,出台了《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》等政策文件,持续地推动了工业软件的发展。江苏的“智转数改”、上海的“工赋上海”,以及广东的“制造业当家”等地方制造业数字化转型的配套政策相继出台,为工业软件的发展提供了政策支持。

同时,作为工业大国,我国拥有丰富的工业软件应用场景。45个国家级先进制造业集群,58.6%的重点工业企业关键工具数字化率,以及77%的数字化研发工具、设计工具普及率,均为工业软件的发展提供了沃土。人工智能、大数据等新一代信息技术的快速发展,更是给工业软件的发展注入了新的动力。

《报告》指出,我国工业软件发展应从筑基础、促应用、强链条三个方面入手,以需求为牵引,体系化协同发展,聚焦产业链链条,明晰工业软件推广路径,加快应用生态培育,开放国产软件应用场景。

王蕴辉认为,应用是未来我国工业软件发展的一个关键核心。一方面要聚焦产业链链条,明确工业软件的推广路径;另一方面要加快应用生态培育,开放真实应用场景。“我们经常说,好的软件是用出来的,特别是工业软件,必须和我们的工业应用场景相结合。”王蕴辉说。

多新领域、新赛道,在引领发展、创造就业、国际竞争中尽显身手。

平台企业积极响应国家号召,政府也将以市场化、法治化、国际化的营商环境,为他们创造更优发展环境,全面落实公平竞争政策制度。坚持对所有所有制企业一视同仁、平等对待,让所有愿意陪伴中国发展的企业有幸福感、获得感。

今年,抖音、腾讯已开启外卖业务,美团“拔河”之前,还跨界了直播带货,再加上盒马“移山”,随着平台企业在民生消费领域“出圈”活动越来越多,老百姓能感受到经济活跃的气息。面对当前经济形势的挑战和压力,我们需要更多经营主体有“移山”“拔河”的勇气,以坚定的信心、创新的思维、勇往直前的精神,为中国经济闯开光明之路。

新产业标准化领航工程实施

■ 郭倩

工业和信息化部近日联合科技部、国家能源局、国家标准委印发《新产业标准化领航工程实施方案(2023—2035年)》(下称《实施方案》)。《实施方案》提出,到2025年,支撑新兴产业发展的标准体系逐步完善,引领未来产业创新发展的标准加快形成。新制定国家标准和行业标准2000项以上,培育先进团体标准300项以上,以标准指导产业高质量发展的作用更加有力。

新产业是指应用新技术发展壮大的新兴产业和未来产业,具有创新活跃、技术密集、发展前景广阔等特征。《实施方案》提出,聚焦新一代信息技术、新能源、新材料、高端装备、新能源汽车、绿色环保、民用航空、船舶与海洋工程装备等八大新兴产业,以及元宇宙、脑机接口、量子信息、人形机器人、生成式人工智能、生物制造、未来显示、未来网络、新型储能等九大未来产业,统筹推进标准的研究、制定、实施和国际化。

为兼顾新产业标准化中长期发展,《实施方案》分别提出2025年、2030年和2035年的“三步走”目标,工程化推进实施。其中,到2025年,共性关键技术和应用类科技计划项目形成标准成果的比例达到60%以上,标准与产业科技创新的联动更加高效。到2030年,满足新产业高质量发展需求的标准体系持续完善、标准化工作体系更加健全。到2035年,满足新产业高质量发展需求的标准供给更加充分,企业主体、政府引导、开放融合的新产业标准化工作体系全面形成。

工业和信息化部科技司相关负责人表示,《实施方案》根据新产业发展不同阶段的标准化需求,分解设置了建体系、强能力、抓新兴、谋未来、拓空间5项主要任务,回答了新产业标准化需要“做什么”与“怎么做”的问题。

其中“抓新兴”上,《实施方案》明确8个新兴产业重点标准研制方向,例如在新一代信息技术领域,面向重点场景和行业应用,优化完善5G标准。研制集成电路、基础器件、能源电子、超高清视频、虚拟现实等电子信息标准。在新能源领域,研制光伏发电、光热发电、风力发电等新能源发电标准,优化完善新能源并网标准,研制光储发电系统、光热发电系统、风电装备等关键设备标准。

上述负责人表示,标准化在推进新产业发展中发挥着基础性、引领性作用。将加强组织领导,统筹推进各项任务实施。加大资源投入,推动国家科技计划项目和重大产业化专项加大对标准研究的支持力度。动态考核评估,加强方案实施情况的动态监测和效果反馈,做好新产业标准化工作新进展、新成效的总结和推广等。



近年来,电力供应短缺、电价过高成为制约肯尼亚经济发展的主要瓶颈之一。为弥补电力缺口和控制发电成本,肯尼亚政府计划加速建设地热发电设施。在此背景下,中国企业积极响应“一带一路”倡议,凭借自身技术与成本优势,助力肯尼亚加快推进能源转型。图为施工人员在位于肯尼亚纳库鲁市的索西安地热电站项目建设现场检查发电设施。

新华社记者 王冠森 摄

企业要敢于“移山”“拔河”

■ 余颖

刷一波存在感,甚至有可能借此摸索出自己的行业地位。一句话,企业需要这场价格战。

行业也欢迎这场价格战。“价格战”背后是“价值战”。不管主动还是被动,三方敢于参与“价格战”,一个重要原因是自有品牌建设初见成果,有足够丰厚的利润支撑让利。有媒体统计了北京一家盒马店的“移山价”商品,发现该门店参与降价的136款产品中,有56款是盒马自有品牌。相比从工厂、经销商处拿货的标品,自有品牌成本可控,利润更高,体现了企业整合供应链、创

新产品开发的核心竞争力。拿自营品牌打价格战,既能打出影响力,还能磨炼供应链,对整个行业都有带动作用。

盒马“移山”、美团“拔河”,消费者得实惠。以榴莲千层蛋糕为例,盒马开始“移山”后,山姆的价格立即从128元降至98.9元、88元。很多消费者通过“移山价”“拔河价”第一次尝试了新商品,说明促销价格既能激发消费者购买愿望,又不会对企业经营造成过度冲击,是提升企业品牌价值的有效途径。

虽然降价力度颇大,但促销目前

打破舒适圈

仍停留在合理范围,没有滑向低价倾销、恶性竞争。在保证商品服务质量的前提下,良性价格战不仅利好消费者,更是企业活力的生动展现。企业愿意投入真金白银抢市场,说明他们看好未来发展,不甘心守着过去的地盘过日子。这种扩张的冲劲是企业发展进步的动力之一。

近两年,社会上总有人质疑包括平台企业在内的民营企业“不敢投”“不愿投”“不能投”。“移山”的盒马、“拔河”的美团用行动做出了回答——平台经济正在坚定信心向前看、练好“内功”加油干,愿意开辟更

跨境电商成外贸增长必选项

■ 丁雅雯

商已成为不少外贸企业获取订单的重要途径。

“跨境电商起步相对容易,从公司成立之初,我们就将跨境电商作为企业主要获客渠道。”深圳免成科技有限公司创始人方泽夫说,今年企业的客户订单和询盘量,都保持快速增长,预估年底营收较去年有2倍至3倍的增长。

“去年,我们在跨境电商的基础上,进一步扩展了跨境直播业务,效果非常好。今年公司在跨境直播中获得了100多个客户。”深圳市脉威时代科技有限公司营销总监吴昕和说,跨境直播已经成为企业重要的获客渠道。

海关总署的数据显示,今年上半年,我国跨境电商进出口1.1万亿元,同比增长16%,有效助力了我国外贸规模优结构。“我国跨境电商增长潜力巨大,日益成为外贸增长和经济发展的新动能。”中国信息协会常务理事、国研新经济

研究院创始院长朱克力说。

“在新技术的推动下,海外企业的采购习惯正在快速向线上转移,数字外贸已经成为全球贸易的必选项和不可逆转的大趋势。”阿里国际站行业与商家业务负责人秦奋说。

多因素推动跨境电商新业态快速发展

业内人士指出,我国跨境电商平台快速发展,海外客户采购习惯向线上转移等因素是跨境电商新业态加速发展的重要原因。

一是我国跨境电商平台快速发展。“我国数字经济快速发展,国内跨境电商平台已形成一定比较优势,是跨境电商新业态加速发展的重要原因。”中国服务外包研究中心研究员郑伟说。

拼多多旗下跨境电商平台TEMU已进入澳大利亚、新西兰等市场;字节跳动跨境电商业务在东

南亚市场快速扩张;阿里巴巴已形成以天猫国际、考拉海购等为主的跨境进口平台,以速卖通、国际站为主的跨境出口平台……我国跨境电商平台比较优势明显。

二是海外客户结构和贸易方式的变化。罗畅说,当前海外客户群体趋于年轻化,“90后”“95后”客户占比不断增加。年轻一代的客户群体更加“网络化”“媒体化”,倾向于通过跨境直播等方式快速了解企业生产能力。

方泽夫说,随着海外中小创业者数量不断增加,以往国外大型采购商直接对接国内大型工厂的贸易方式正在发生变化。这些海外中小创业企业,为通过线上创业的我国中小外贸企业带来更多机会。

三是跨境电商物流体系不断完善。朱克力说,“借助跨境电商平台,全球消费者可以随时随地‘买全球’,越来越多的全球消费者习惯在线上购物。”

补齐短板促行业更好发展

业内人士指出,基础设施不完善、人才短缺等问题已成为影响跨境电商发展的阻碍。

朱克力建议,多措并举“补齐”短板。一是加大基础设施建设投入,提高通关效率,优化物流、信息流通,降低企业运营成本;二是建立完善的海外仓服务体系,提高仓储及配送能力;三是加强跨境电商人才培养,与高校、企业合作,建立完善的跨境电商人才培养体系,加大人才培养和引进力度;四是优化法治环境,推动建立健全跨境电商法律法规体系,制定符合行业发展需求的政策法规,促进行业健康发展;五是强化跨境电商领域品牌建设和知识产权保护,提高企业核心竞争力。

中国服务贸易协会副会长兼秘书长仲泽宇建议,推动制定跨境电商职业标准,探索产教融合共同育人新机制。