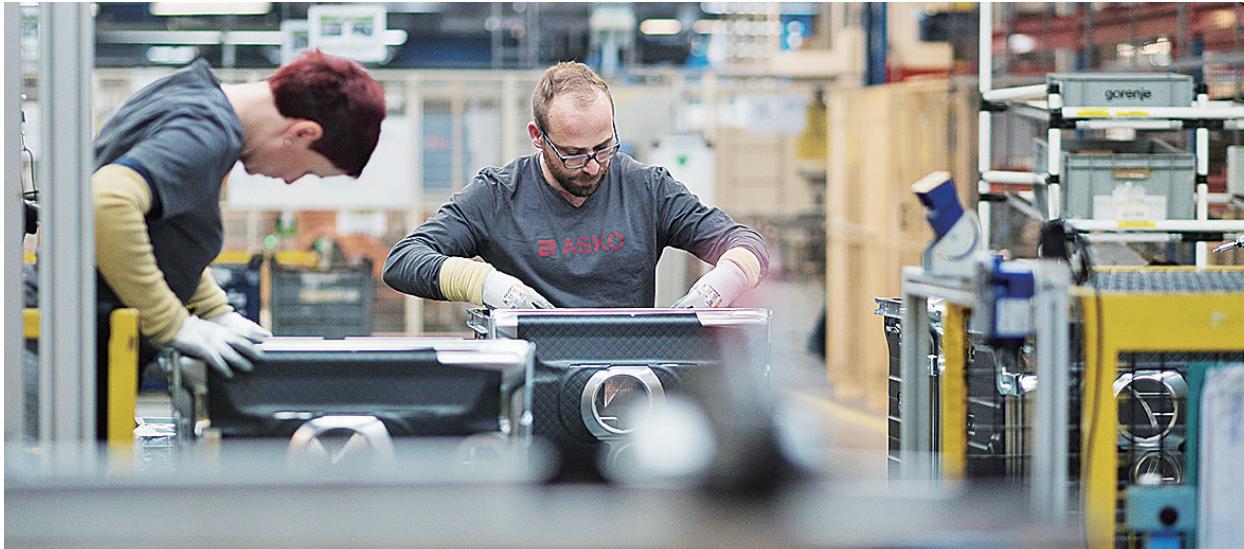




家电和消费电子行业： 布局内外市场，平衡新旧赛道

□青岛日报/观海新闻记者 杨光



■坚持制造、研发的本土化，是海信赢得海外市场信任的基础保证。图为海信位于斯洛文尼亚的工厂。

坐拥海尔智家、海信视像、澳柯玛、歌尔微电子等行业上市公司，青岛是家电和消费电子重镇。2022年，中国家电业和消费电子产业面临着外部环境的巨大挑战，疫情影响下的内需收缩，全球经济衰退形势下外需下降等带来了前所未有的经营压力。

进入2023年的发展新阶段，“内循环”驱动下的内销市场有望迎来明显复苏，在技术与需求的相互推动之下，在新旧赛道的平衡中，家电和消费电子产业将何去何从，值得期待。

内需回暖，布局新赛道聚焦高端品质需求

对于家电和消费电子产业来说，过去的2022年不容易。

国家统计局数据显示，2022年1—11月，家电行业主营业务收入1.58万亿元，同比增长1.7%，增速持续放缓。受疫情冲击，企业排产不稳，大部分产品产量下滑，这是多年未有的现象。内销市场表现持续疲软，奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示，2022年中国整体家电市场零售额规模为7081亿元，同比下降7.4%，是近三年来最低。

尽管市场总体承压，但产品结构不断升级，行业高端品质化、智能健康化、全屋定制化的消费趋势没有改变。

高端市场表现强劲。以海尔智家旗下高端品牌卡萨帝为例，GfK中怡康数据显示，2022年卡萨帝10000元以上冰箱市场零售额份额为38.5%，10000元以上洗衣机市场零售额份额为77.2%。

进入2023年，内销市场的复苏更加具备确定性。从产业格局来看，家电行业的地产周期属性将不断减弱，行业需求更多来自于存量更新，新赛道将成为行业的成长动力，打开新的市场增量空间。

各大品牌将持续升级场景方案和落地能力作为重要的着力点。

海信视像针对客厅观影场景推出全新的ULED电视、激光电视、激光智能投影，提供全屋智慧影像解决方案；针对健身场景开发家庭可移动的健身屏，提供家庭健身解决方案；针对商业场景开发智慧云货架、Mini LED公共显示屏等，提供商业显示解决方案；针对移动端场景开发车载显示屏等。

澳柯玛也在年底召开的创立35周年庆典大会上，发布了全新品牌战略和企业文化战略，树立了“温度科技专家”品牌定位，宣布其为一家科技企业，将不断拓宽的温域创新探索和产业成长空间，从专注制冷的探索拓展到对各种温度下烹饪科技、洗护科技、空气净化科技、制冷保鲜科技、极低温科技的全温区科技探索打造全球“智慧全冷链”第一品牌，实现制冷家电和商用冷链世界领先；同时发力工业物联网、智能装备、生物医疗、极低温先进设备等新兴产业。

这背后也有政策的支持。2022年以来包括2023年春节假期，从国家到地方出台了一系列针对家电和消费电子产业“稳增长、促发展”的利好政策，围绕“以旧换新”“绿色智能”等方向发力促消费，洗碗机、干衣机、集成灶、洗地机等等解决用户高端、绿色、智能、健康等细分需求的新兴品类经受住了大环境的冲击，本土化投资建厂一直是海尔智家实现本

增速较高，成为拉动市场增长的引擎。这些市场亮点也将成为企业2023年的发力方向。

出口承压，但海外布局步伐依然坚定

而与内销相比，家电和消费电子企业在海外市场面临的影响因素诸多，包括全球通胀高企、消费需求下降、订单转移海外工厂等压力，因此出口市场将仍然承压。

2021年，中国家电出口首次突破千亿美元大关，创历史新高。以高基数迈入2022年，中国家电业在多重因素叠加下出口压力骤升，海关数据显示，2022年1—11月出口额为901亿美元，下降5.6%。虽然增势减弱，但从历史数据来看，2022年的出口将是仅次于2021年的次高水平。

虽然外贸形势严峻，但作为中国“品牌出海”的标杆，海尔、海信等龙头企业通过本土化布局保持了在海外市场的定力。

1月6日，世界权威调研机构欧睿国际数据显示，2022年海尔全球大型家用电器品牌零售量第一，这也是其第14次蝉联全球第一。坚持研发、制造、营销“三位一体”本土化创牌的海尔智家在全球市场实现了逆势增长，2022年海尔智家前三季度海外营收同比增长8.7%。

本土化投资建厂一直是海尔智家实现本

土创牌的一把“利器”，截至目前，海尔智家在全球拥有30个工业园、122个制造中心。近年来，海尔智家印度洗衣机、欧洲干衣机工厂、欧洲工业4.0冰箱互联工厂、土耳其洗碗机工厂、GEA热水器工厂、南亚冷柜工厂等陆续投产，埃及工业园即将动工，进一步满足全球市场的需求释放。

在卡塔尔世界杯上，海信无疑是最为耀眼的“中国元素”之一。体育舞台是见证海信国际化步伐的一个窗口。从2016年的欧洲杯到2021年的欧洲杯，海信海外销售收入从196亿元跃升至超700亿，海外收入占比从不到20%增长至41%。

美国当地时间1月5日，全球最大的消费电子展CES展正式开幕。聚焦高端与智能加快全球化布局，海信推出全球首款8K激光电视、ULED X系列电视等最新显示技术，与徕卡联合开发的激光电视Cine 1也成为关注焦点；同时，海信面向海外市场自主研发的智能生活物联网平台及VIDAA智能电视操作系统进一步诠释海信作为技术派的创新实力。

不少业内人士表示，无论是内销还是海外市场，未来家电和消费电子行业将会呈现出全面功能化、垂直化的发展趋势，企业将发力在垂直赛道和细分赛道上竞争，真正有核心竞争力和市场优势的企业才能平衡好新旧赛道，释放更大的发展潜力。

橡胶轮胎三强： 加速海外布局 产品迈向高端

□青岛日报/观海新闻记者 王伟



■赛轮液体黄金轮胎。

2022年，中国轮胎行业延续承压下行态势，开工率下降、整体利润滑坡、落后产能加速淘汰。在这样的行业大背景下，青岛双星、森麒麟、赛轮轮胎三家轮胎企业在业绩和产品等方面的表现仍可圈可点，在海外市场布局、新能源汽车轮胎研发、高端新材料研发等方面动作频频。

展望2023年，中国橡胶轮胎行业将延续全球化、绿色化、高端化的发展趋势，青岛橡胶轮胎三强也将持续加速扩产、专注核心技术研发、进军高端市场，不断提升市场占有率和行业影响力。

全球化：国内外加速扩产

在落后产能加速淘汰的大背景下，轮胎行业的“马太效应”愈加显现。去年以来，各大头部轮胎企业纷纷宣布扩产规划，部分企业国内、国外“两条腿”走路，频现大手笔投资。2023年，随着疫情防控政策放开，各大轮胎企业看好国内、国际市场复苏，将持续推进扩张战略。

就在不久前，森麒麟发布公告，拟非公开发行股票募资不超过40亿元，用于西班牙年产1200万条高性能轿车、轻卡子午线轮胎项目、补充流动资金。同时拟自筹资金2.97亿美元在摩洛哥投资建设年产600万条高性能轿车、轻卡子午线轮胎项目，以持续推进公司全球化布局。

2022年，赛轮轮胎宣布在青岛董家口投资174.8亿元建设“超级工厂”，包括“年产3000万套高性能子午线轮胎与15万吨非公路轮胎项目”和“年产50万吨功能化新材料

(一期20万吨)项目”。赛轮的海外扩张步伐也在加快，去年以来，赛轮越南年产300万套半钢子午线轮胎、100万套全钢子午线轮胎及5万吨非公路轮胎项目，柬埔寨年产900万套半钢子午线轮胎项目齐头并进，海外生产基地能进一步提升。

此外，青岛双星也通过全资子公司香港双星国际产业有限公司，在2022年完成向锦湖越南9230万美元的增资，用于锦湖越南年产轿车胎300万条、卡车胎80万条项目建设。

高端化：专注核心技术研发

目前，国外轮胎巨头仍在高端轮胎市场占据绝对优势，但随着国内汽车市场的复苏和崛起，中国轮胎企业迎来发展新机遇。青岛轮胎企业正在走出模拟创新的旧模式，越来越重视核心技术与自主创新，开始尝试冲击高端轮胎市场。

岁末年终，森麒麟与芬兰诺记轮胎签署制造合作协议，森麒麟将为诺记轮胎生产其

旗下“Nokian”品牌高端雪地胎产品。作为冬季轮胎专业制造商，诺记轮胎在冬季轮胎领域保持了多项世界纪录，被称为轮胎行业的“冰雪胎王者”，在冬季轮胎市场具备领先地位。

双星集团在2022年推出了“稀土金”橡胶复合新材料，使用特殊的稀土钕系顺丁橡胶+天然橡胶+高性能炭黑等配方，以专门的混炼工艺生产轮胎新材料。双星集团在此基础上推出了“稀土金”轮胎，轮胎滚动阻力可以降低到4.5—3.8，具有显著的省油、耐磨性能。新的一年，双星还将继续研发创新矿山胎，同时发挥锦湖轮胎在全球非充气轮胎领域的领先优势，尽快商业化非充气轮胎。

2022年5月德国科隆国际轮胎展上，赛轮集团推出了多款针对欧美市场研发的液体黄金乘用车胎和卡车胎，新产品经国际权威机构测试，其性能指标达到甚至超越了国际轮胎品牌。2023年，赛轮将继续大力推动“液体黄金”新材料的市场化应用，开发更多型号、性能的新产品，加速“液体黄金”的产业化应用。

绿色化：抢占新能源汽车新赛道

2022年是中国新能源汽车快速发展的一年，相关统计数据显示，2022年国内新能源汽车销量达到了567.4万辆，同比2021年上升90%。随着新能源汽车市场蓬勃发展，2022年轮胎企业布局新能源赛道的动作明显加快。

去年7月，德国马牌在海南发布品牌首款新能源汽车轮胎eContact。同月，日本轮胎品牌邓禄普在中国首发新能源汽车专用轮胎，进军中国新能源汽车后市场。8月，浦林成山针对新能源汽车进行专属定制的轮胎正式发布。

青岛轮胎三强也加快了在新能源汽车赛道的布局。去年9月，森麒麟发布新能源汽车专用轮胎Qirin EV，正式开创了新能源汽车轮胎这一全新品类，公司计划到2027年实现年配套量不低于500万条新能源汽车轮胎。目前森麒麟新能源汽车轮胎成功配套广汽新能源埃安系列车型以及合创、轻橙等新能源车企，与小鹏汇天联合研发飞行汽车项目，去年还获得德国大众新能源汽车轮胎的配套项目，国际一线车企的多种新能源车型配套研发工作也在推进之中。

青岛双星也在积极布局新能源汽车轮胎领域，在加强与奇瑞、合众、东风小康等新能源汽车厂商合作关系的同时，公司专为新能源汽车适配的低滚阻轮胎也已经研发成功。

而赛轮针对新能源车推出液体黄金半钢轮胎，目前在美国已实现批量销售。公司轮胎已进入部分新能源车的配套体系内，如北汽、合众、零跑、长城等新能源车型。

毫无疑问，产品毛利率更高的新能源汽车轮胎已成为轮胎企业新的“黄金赛道”。展望2023，各大轮胎头部企业将继续加大新能源汽车轮胎的研发和市场开发力度，抢占市场份额，青岛轮胎三强的表现让人拭目以待。

海湾化学上交所IPO获受理 拟募资30亿元扩展产业链

本报讯 近日，证监会网站披露了青岛海湾化学股份有限公司(简称“海湾化学”)首次公开发行股票的招股说明书，海湾化学拟冲刺上交易所IPO上市，预计募资30亿元，用于新建、扩建项目建设及流动资金补充。

根据招股说明书，海湾化学此次募资将用于3×7.5万吨/年环氧氯丙烷绿色循环经济项目(一期)、15万吨/年环氧树脂项目、40万吨/年乙烯氧化氯乙烯扩建项目以及补充流动性资金。环氧氯丙烷和环氧树脂项目建成后，海湾化学将构建起较为完整的环氧树脂产业链条，成为国内重要的环氧树脂生产企业之一，丰富海湾化学在有机高分子材料板块的产品条线和盈利增长点。

海湾化学是青岛龙头化工国企青岛海湾集团旗下企业。目前，海湾化学已成为国内氯碱化工龙头企业。主营业务为氯碱化工、有机化工原料和高分子新材料以及无机硅产品的研发、生产与销售，主要产品包括乙烯法PVC、苯乙烯、聚苯乙烯以及烧碱，同时利用部分自产烧碱生产偏硅酸钠，实现对无机化学品业务的延伸。

(王伟)

多家上市青企业绩预增 五家公司净利润翻倍

本报讯 近日，多家上市青企发布2022年业绩预告公告，因行业景气、产品销量大幅增长等多种原因，预计2022年业绩同比翻番。

东方铁塔公告称预计2022年实现归母净利润8.55亿元至9.05亿元，同比增长111.67%至124.04%。报告期内，公司氯化钾产品市场价格较上年同期大幅上涨，钾肥业务预计将实现大幅度增长。

行业景气带动企业盈利的还有云路股份，云路股份发布公告称，预计2022年度实现净利润2.23亿元至2.28亿元，同比增86.22%至90.40%。云路股份表示，公司产品为高效、节能的先进软磁材料，报告期内公司非晶系列产品、磁性粉末系列产品持续扩产，下游市场需求旺盛，市场销量大幅提升。

征和工业预计2022年实现归母净利润1.55亿元至1.7亿元，同比增长96.80%至115.84%。对于2022年度业绩增长的原因，征和工业表示，报告期内公司高端产品销售占比逐步提高，农业机械链系统、工业自动化设备链系统等产品营业收入较上年同期增长较快。

伟隆股份发布公告称，预计2022年归母净利润1.25亿元至1.5亿元，同比增长104.94%至145.93%。归母净利润较上年同期增长的原因主要是转让全资子公司股权事项导致。

英派斯也发布公告称预计2022年度实现盈利4450万元至6650万元，同比增155.28%至281.48%。英派斯表示，2022年度受汇率波动影响，公司汇兑收益较上年同期明显增加。

(丁倩倩)

投融资 investment

国数科技完成近亿元融资 多家本地机构参与其中

本报讯 目前，青岛国数信息科技有限公司完成近亿元A轮融资，由青岛恒泰产业发展基金有限公司、汇智顺股权投资基金(青岛)合伙企业(有限合伙)、山东省财金政企投资有限公司共同投资。

国数科技成立于2014年，是国家级高新技术企业和专精特新“小巨人”企业，主要业务为多物理场海量信号处理关键技术攻关与装备研制，实现关键核心技术与元器件的全国产化，填补了行业空白。

经过多年积累，国数科技在跨洲际北斗短报文通信系统、水下平台小口径声学导引、硅基压电薄膜MEMS水听器芯片三个细分市场确立了技术领先地位，并初步完成了核心技术产品化转换，建有约3000平方米生产组装车间、MEMS制备与微组装线、SMT高速贴片线、水声换能器总装及测试线、电子设备装配线、雷达声呐装备修理调试线等。

公司创始人张浩是中国海洋大学教授、博士生导师，为我国海洋通信探测领域知名学者，发表高水平学术论文200余篇，主持国家级科研项目20余项，具有扎实的科研积累与丰富的企业运营管理经验。

值得注意的是，国数科技刚刚终止了与A股上市公司高斯贝尔数码科技股份有限公司的并购重组，即完成了本轮融資。

(周晓峰)