

消费新观察

消费电子新品多了 上游企业开始忙了

记者 柴刘斌

9月以来，消费电子产品市场可谓热闹非凡。全球首款三折叠屏手机与苹果首款AI手机相继揭开面纱，引领行业新潮流。其他手机厂商也不甘示弱，纷纷推出智能手机与智能穿戴等电子新产品。

根据IDC（国际数据公司）的数据，2024年第二季度中国智能手机市场出货量达到7158万台，同比增长8.9%。消费电子市场的火热迅速传导到产业链上游，A股不少产业链上的公司摩拳擦掌，宣布将在未来一段时间内加快量产与新品投产速度，以应对市场的旺盛需求。

AI、折叠屏带动消费电子热度攀升

“AI、5G和数字技术将推动消费电子产业发展，市场前景广阔。‘以旧换新’等政策支持为产业发展带来新机遇。”10月10日，在2024上海国际消费电子展上，中国电子商会会长王宁表示。

记者走访小米、华为、荣耀等多个品牌的专卖店发现，今年国庆假期，消费者“换机、购机”踊跃，消费电子市场一片欣欣向荣。伴随着几款重磅智能手机、智能穿戴设备的发布，国内消费电子市场呈现火热的发展态势。

9月20日，华为Mate XT非凡大师和苹果iPhone16系列同时发布，一经开售就在各大平台售罄，其中华为Mate XT非凡大师开售前预约人数超685万。两款新品热销的背后，反映出AI与折叠屏为智能手机市场增量带来的积极影响。

折叠屏手机作为近年来智能手机中异军突起的新赛道，销量始终保持增长趋势。CINNO Research数据显示，2024年上半年中国市场折叠屏手机累计销量达498万部，同比增长121%。第二季度，华为、vivo和OPPO分别以35.2%、31.9%和11.1%的市场份额位居国内折叠屏手机市场前三。

AI同样为智能手机市场打开了新的增量通道。目前，华为MateX5系列/Pocket2以及vivo X Fold3 Pro均为搭载AI技术的折叠屏旗舰机型。根据CINNO Research统计，第二季度中国折叠屏手机市场搭载AI技术的销量占比42%，同比大幅上升。

随着新的芯片和用户使用场景的快速迭代，IDC预计，中国市场新一代AI手机所占份额将在2024年后迅速攀升，2027年达到1.5亿部，市场份额超过50%。

此外，智能穿戴设备也呈现出全面复苏的态势。根据IDC数据统计，2024年第二

季度中国腕戴设备市场（包含智能手表和手环产品）出货量为1555万台，同比增长10.9%。其中，华为、小米分别以888万台和590万台的出货量位居全球前二。

9月25日，华为发布首款搭载玄玑感知系统的智能手表WATCH GT 5系列。该系统是华为在运动健康监测领域的一项重大突破，被业界看作是智能穿戴设备的又一次革新。

东方财富证券研报认为，在AI技术的加持下，可穿戴设备的消费需求有望进一步提升，增强市场可持续发展能力。Canalys预测，2024年全球可穿戴腕带设备市场的出货量将同比增长5%，总量将达到1.94亿台。

产业链公司开足马力量产上新

在市场整体回暖的趋势下，不少产业链公司正加快扩产步伐，还有公司积极预告新品发布。

10月10日，泰凌微公告称，随着市场需求的不断增加，公司IOT产品及音频产线境内外产品收入均持续增长，预计2024年前三季度实现归母净利润5961.22万元，同比增加约58.61%。

“消费电子回暖，市场需求不断增加，电子产业链回升迹象明显。”泰凌微董事李鹏对上证报记者表示，公司将于近期陆续发布蓝牙高精度定位芯片和低延时音频游戏芯片等多个新产品，并推出相关的应用解决方案。公司将充分发挥强大的研发优势，聚焦发力高端市场，打开新的增长空间。

折叠屏铰链公司精研科技此前接受机构调研时表示，今年公司在配合海外大客户做很多新品的研发，其中一部分是明年新机型的量产项目，还有一部分在为后年机型做储备。

维信诺近日在互动易平台表示，公司ViP（维信诺智能像素化技术）AMOLED量产项目量产工作正在持续推进中。据了解，ViP技术是OLED向更大尺寸、更高世代产线突破的关键技术，与传统技术相比，该技术可以显著提高产品性能、生产效率。和辉光电近期则在调研纪要中透露，公司多款中大尺寸AMOLED在研产品正在有序推进中，预计2024年可实现量产上市。

智能穿戴设备领域，涉及健康监测芯片的汇顶科技、晶华微受到关注。其中，汇顶科技近期表示，公司推出的拥有自主知识产权的超声波指纹方案，预计在今年四季度实现大规模商用；新一代NFC产品也已成功导入知名手机品牌项目，将于下半年实现规模量产。

上海国际消费电子展为企业出海铺路

记者 刘怡鹤 陈梦娜

空中成像的动画、全套智能化家电、11万转的高速吹风机……在10月10日至12日举行的2024上海国际消费电子展（TechG）上，众多前沿产品和技术阐释了“智慧未来新入口”主题。它们的目标市场不仅包括国内，还包括海外的蓝海市场。

目前，我国部分头部消费电子及家电品牌的海外营收已在总营收中占据半壁江山，越来越多企业对于出海呈现出较高热情。特别是新兴市场正凭借独特优势和潜力，与我国出海企业双向奔赴。未来，以“世界级消费电子展”为目标的TechG，也将引入更多国际客商和品牌，为我国企业铺平出海快速路。

汇聚前沿消费电子技术及产品

一只悬浮在空中的蜜蜂，栩栩如生地在眼前振翅飞舞。这一空中成像技术正是来自东超科技全球首发的三维悬浮空中成像展示台，该产品可广泛应用于科技馆、博物馆、美术馆等展示空间。

东超科技品牌总监许干江向记者介绍，公司的空中悬浮成像技术，突破传统显示技术局限，实现无介质可交互空中成像，主要应用在智能座舱、医疗卫生、民生工程、展览展示等领域，未来市场空间可期。

“我们的产品在法国、新加坡等国家都有应用。今年我们参加了大大小小各类展会，发现海外市场订单咨询量比往年增加不少，部分项目正在积极对接中。”许干江说。

走进海尔展区，灰色系的电器搭配高雅灰的橱柜十分大气，这是三翼鸟致境厨房。这套厨房从储藏、收纳、智慧烹饪、就餐再到餐厨清洁等，全流程智慧无忧。

海尔相关负责人介绍，海尔在海外始终坚持自主创新，在全球构建起海尔、卡萨帝等七大全球化高端家电品牌集群，布局十大研发中心、35个工业园、143个制造中心和23个销售网络。海尔智家已进入全球近200个国家和地区，服务10亿用户家庭。

在出海过程中，海尔智家根据不同国家和地区的文化 and 消费习惯，立足用户需求进行产品研发，打造了诸多深受当地用户喜爱的产品。近年来，海尔还在高端节能绿色产品的研发、技术升级方面持续投入，不断上市高端节能类产品，在海外受到广泛认可。

今年的TechG以“智慧未来新入口”为主题，荟萃众多尖端科技与创新产品，构筑沉浸式未来生活体验场景，旨在加速催化科技与生活的深度融合，为全球消费电子产业的蓬勃发展注入强劲动力。

专注于个人护理的飞科电器展示了多款联名高速吹风机。“别看这些吹风机看上去小巧精致，风筒尺寸减少一厘米，对产品的技术要求非常高。”展会负责人介绍，其中一款高速吹风机拥有11万转的高速电机，超2亿级负离子浓度，还有双重防过热设计。

铺平消费电子出海快速路

联想集团个人电脑出货量始终名列全球第一；海尔智家2023年海外市场实现营收达1356.78亿元，占总营收的51.9%；海信集团海外收入858亿元，占总营收的42.6%……事实上，我国头部消费电子及家电品牌早已斩获了亮眼的出海成绩。

中国电子商会会长王宁表示，目前，我国许多头部消费电子和家电企业在国际上的成功源于多年的积累。过去，中国的产品在海外被认为是低端的，但现在中国产品已经凭借过硬的质量、良好的设计体验逐渐进入高端市场，而且比欧美品牌更具性价比。

会展是助力企业出海的重要手段。“在美国拉斯维加斯消费电子展（CES）、德国柏林消费电子展（IFA）等重要展会上，中国参展企业数量占总数的三分之一。这既表明中国消费电子产业在国际上举足轻重，也反映了企业走出去的热情和需求。”王宁说。

上海市国际贸易促进委员会会长周敏浩表示：“本届消费电子展旨在探索AI+着陆点，聚焦创新型智能终端，为中国及全球消费电子企业搭建国际化品牌汇聚、产业协同、创新引领、市场升级的商贸及宣传平台。”

本届展会汇聚了中国、美国、日本、英国、奥地利、德国、阿联酋、泰国等国家及地区的近200家科技企业。“助力消费电子出海将始终是我们展会的重要主题和组成部分。”王宁告诉记者，未来展会将在组织国际采购商方面提供大力支持，这也是企业所希望的。除了国际买家，展会未来也将邀请更多国际知名品牌加入，和中国品牌同台交流碰撞。

新兴市场和出海企业双向奔赴

王宁说：“我国企业以前主要关注欧美等发达国家市场。这一市场不仅竞争非常激烈，而且我们的产品已经进入了较长时间，目前增长相对稳定。因此，当前新兴市场对企业的吸引力非常大。无论是拉美还是中东市场，这些市场的消费者均呈现出较强的购买力。”

安永亚太及大中华区合伙人张聪分析了我国消费电子企业走向海外的优势。中国具备强大的电子制造和出口能力，覆盖智能手机、电脑、电视、消费类电器和电子元件等广泛的电子产品。在庞大的供应链基础设施、元件及材料获取、技能劳动力、相对合理的劳动力成本等方面，消费电子企业具有出海有利条件。

张聪接受上证报记者采访时说：“安全是中国企业出海要做的基础性考量。近年来，我国和众多阿拉伯国家规划了构建中阿命运共同体战略方向。这种国家层面的战略合作高度为中国企业在中东的发展环境提供了可靠的基础保障。对于中国企业出海来说，中东一定是一个值得考虑和评估的目的地。”

阿联酋哈伊马角经济特区驻华首席代表刘苗苗现身展会做招商推介。据她介绍，阿联酋目前有80多个贸易协定正在实施或谈判中，巩固其作为国际贸易枢纽的地位。哈伊马角拥有进入全球市场的战略位置，卓越物流能力，来自100多个国家、50多个行业的38000多家公司正在构建多元化、蓬勃发展的商业社区，其中包括200多家中国企业。

董事长专访

化“打卡”为“刷卡” 电广传媒闯出“文化+科技+旅游”新模式

记者 覃礼

衡阳苏州湾老街，游客爆满，“船老大”海碗、串小白、王伙火等网红餐饮店一桌难求；大清邮局、漕运衙门、盐帮客栈、蔡伦的小店等文创店铺门庭若市；东洲岛上，游客们数字船山书院里借助AR、VR、AI等数字科技穿越时光，争相与虚拟数字人船山先生古今对话，妙趣横生；一家老小纷纷在芒果快乐森林get侏罗纪电影里的名场面同款……据统计，今年“十一”黄金周期间，苏州湾老街及青春东洲岛景区共吸引了超过78.41万人次游客，同比增长201%，科技赋能文旅的旅游新业态在衡阳开花结果“火出圈”。

半年前，这里还是一片寂静。苏州湾，36栋仿古建筑冷冷清清；东洲岛，市民偶尔散步过来，看看湘江。

“用独特创意、独有IP、有效运营等手段盘活闲置资源，把自然风光和人文风情转化为旅游业的持久魅力。”电广传媒党委书记、董事长、总经理王艳忠在接受上证报记者专访时说，践行“文化+科技”“文化+旅游”两融合，电广传媒摸索出了“轻资产、重策划、强运营、产品化”的业务发展模式，正集全公司之力发展文旅产业。

衡阳东洲岛项目是电广传媒“三湘星光行动”点亮的第8个项目。2022年以来，电广传媒与湖南各市州政府牵手，将多个国有闲置资产改造成独具特色的旅游项目，既实现了较好的社会效益，也取得了较好的经济效益，闯出了一条文旅产业升级的新路径。

用创意激活闲置资产

今年5月，电广传媒与衡阳市政府签约，投资1.2亿元联合打造东洲岛项目。“上市公司实现了轻资产的运营模式，公司的投资比例和分成比例是倒挂的，以较小的投资比例获取较大比例的回报分成。”王艳忠介绍。此前，当地政府已经对东洲岛进行了超过10亿元的基础设施投资。

地方政府为何愿意“让渡”？“靠的是强大的策划和运营能力！”王艳忠说，轻资产运营模式之所以跑得通，还大受欢迎，是基于公司“重策划、强运营”的新文旅产品化能力。

一方面，经过多年的高速发展，地方政府攒下了一些处于沉睡状态的资产“包袱”，部分资产已闲置多年，没有现金流，变成吞噬地方财政的窟窿，“止损”成为当务之急。

据了解，在电广传媒介入开发前，衡阳东洲岛项目已闲置了6年，湘潭项目万楼·青年码头项目的基础资产则已闲置了近10年。

另一方面，电广传媒在实践中展示出了“化资源为产品”的能力，得到了地方政府的认可。

郴州项目本是一座即将消亡的原国营711矿，电广传媒经过数月的策划运营，将其改造成了一个年游客超百万的微度假时光小镇。由芒果IP策划的《超级老声》老年人歌唱比赛，为郴州711时光小镇去年新开后首个国庆黄金周引流约20万游客，大大激活了区域的文旅潜力。

湘潭万楼·芒果青年码头项目布局了全国最大规模的集装箱集市建筑群，建造了湖南省最高的摩天轮“湘潭眼”，打造了快乐大本营主题乐园、芒果海洋馆这两个由芒果IP开发转化的新产品，前者是中国首个《快乐大本营》IP主题乐园，后者有湖南唯一海洋风格裸眼3D影院，开发了湘潭版《清明上河图》万楼元宇宙产品。

今年国庆假期，湘潭万楼·芒果青年码头推出主题活动“中国民族狂欢节”，成功吸引了35万游客前来打卡游玩，同比增长62%，创收同比增长128%，湘潭万楼国庆烟花秀更是稳居湘潭同城热搜榜第一。

该项目作为电广传媒与湘潭市委、市政府依托闲置资产万楼及周边土地深度合作、创新打造的都市地标性文旅项目，成为湖南省地方政府盘活闲置资产的典型案例。项目成功运营后，新增就业岗位2000余个。2023年3月开市以来，当年接待游客近330万人次，日均迎客超过1万人，2024年预估客流量将超400万人次。

“电广传媒的新文旅一定要按照旅游

的逻辑来运作！”王艳忠说，用独特创意、独有IP、有效运营等手段盘活文旅资源，小投入将获得大产出。

“文化+科技”“文化+旅游”

“夫读书将以何为哉？辨其大义，以修己治人之体也；察其微言，以善精义入神之用也。”走进船山书院，一代大儒王夫之正在授课，十多位年轻人正襟危坐，跟着诵读……

借助巧妙的造景和最新的虚拟数字人技术，游客得以和船山先生（王夫之）“面对面”交流。

据介绍，数字船山书院项目大量运用AR、VR、AI等全新数字科技，结合年轻人喜欢的表达方式，来展现和解读千年的衡州文化及船山文化；同时，还创新性地运用旅游逻辑来设计产品，将飞行影院、动感影院等游乐设备加入产品组合，丰富游客体验方式，增强体验感。

衡阳东洲岛，既是生态之岛，是雁至衡阳不愿南飞之栖息宝地，又拥有湖湘文化、船山文化、大雁文化、寺庙文化等历史人文宝藏资源，还是衡阳人最喜爱的城市中心后花园，年客流量数百万级别。

如何把游客留住，把“打卡”转化为“刷卡”？

“依托当地文化进行极致创意，辅以最新的高科技手段，深入推进文化和科技、文化和旅游两个深度融合。”王艳忠说，这就是电广传媒的答案。

他表示，文化+科技、文化+旅游的深度融合，既能守护好三湘大地的青山绿水、蓝天净土，把自然风光和人文风情转化为旅游业的持久魅力；又能通过提升文化产品的科技含量，使文化产品更具创新力、吸引



东洲岛