

突破壁垒引领行业，海信这样讲述企业故事

■青岛财经日报/首页新闻记者 李倚慰 黄元晖



2019年到2022年，海信克服了产业链波动等外部压力，完成了“1+4+N”的“大显示”产业布局，坚持变革并持续深化，成功穿越周期，实现高速增长，于2022年改写全球行业地位，稳居电视出货量全球第二，跃至升级发展新平台，向世界一流的多场景系统显示解决方案提供商迈进。

升级发展基石 突破新型产业

显示产业加快高端升级。2022年是海信视像科技股份有限公司显示产业经厚积薄发实现跃升发展的第一年。为引领显示行业高质量发展，公司10年前同期推出ULED显示及激光显示两条技术路线，拉开行业变革序幕，并于2022年携全面升级的ULED X高端显示技术平台、全球领先的激光显示产业，以及 Mini/Micro LED显示布局，推动行业进入了全球显示行业格局改写、中国显示向高端化高质量发展的新十年。“新技术、新业态、新功能、新设计”持续升级用户新需求，开拓新品类，拓展新场景为行业创造未来增量空间。

2022年，在中国内地，根据奥维云网四分位法数据，海信系电视零售额市占率在线下高端市场为31.1%，同比提升6.3个百分点，以高于第二名近7个百分点的领先优势居行业第一；在线上高端市场同比提升40个百分点；在线下零售均价1万元及以上市场为296%，同比提升27个百分点，高居行业第

一。产品结构加速向大屏化升级。2022年，公司中国境内智慧显示终端收入中，75英寸及以上收入同比增长63.5%，占比为38.3%，同比提升14.55个百分点；65英寸及以上收入同比增长21.36%，占比为67.29%，同比提升11.00个百分点。

激光显示加速拓品扩容。激光显示持续引领全球显示换代升级，拓品扩容增加场景，产品线、价格段、渠道类型持续丰富，支撑激光电视更大范围地参与市场竞争；高端制造能力大幅提升，获评国家级“制造业单项冠军”。中国境外已开拓250余家海外重点渠道，进一步拓展了Best Buy、Costco等高端渠道，海外增长空间广阔。激光显示拓品效率提高，按战略节奏上市全新系列激光电视、智能投影及4K高品质商用投影，并推进车载AR HUD、车载激光投影技术和8K激光电视等的研发；渠道优化加速，中国内地线上及前置渠道销量同比提升61.48%，线上销量同比提升98.53%，大幅减轻对传统家电卖场的依赖。

商用显示聚焦自主品牌。海信视像公司完成“聚焦自主品牌及海外自主发展”的商业模式优化；坚持自主品牌路线，向全球发布Vision全新产品战略，推出多款商教产品；在海外坚持自主经营、自主品牌模式，为长期发展奠定基础，业务已拓展至欧洲、亚太、美国等地，亮相全球ISE展、东南亚Info-comm展、迪拜消费电子展、印尼酒店餐饮展等，取得G20峰会、巴黎圣日耳曼足球俱乐部主场王子公园球场、全球著名连锁餐饮品牌的商用显示项目，成为全球知名电商超在北美近700家店店内广告屏指定供方，中国境外收入同比增长53.66%。

数字化转型加速云服务扩容。云服务从家庭持续向商用拓展，以自研云原生平台、云视频平台、虚拟现实平台为核心构建第二增长曲线。海信构建了半写实数字人、超写实数字人建模及交互的

AIGC能力，发布了沉浸式虚拟活动平台聚云境，在大屏推出首个XR数字人互动应用。截至目前，公司在虚拟现实领域累计申请专利285件；在多个行业及场景提供数字化转型产品及方案，公司推出云原生与大数据PaaS平台——JuCloud，通过了国际领先鉴定；云视频平台——聚连持续在音视频体验核心技术突破，通话稳定率居行业先进水平。

改写行业格局 凸显龙头价值

在全球化拓展深化及世界杯顶级营销推动下，海信电视“国际化品牌”“电视行业领导者”“显示技术领先”的品牌形象进一步强化；海信系电视出货量于2022年高居全球第二。

在中国内地，公司加速优化格局，推动行业高质量发展。2022年，海信系电视全渠道零售量及零售额市占率均高居第一，零售量市占率同比大幅提升5.1个百分点至23.9%，零售额市占率同比高效提升4.7个百分点至25.6%。

在海外市场，海信系显示产业发展动能强劲。2022年，海信系电视海外出货量市占率同比提升1.6个百分点；销量在南非及澳大利亚均高居第一；销量市占率在南非市场为29.9%，在澳洲市场为19.7%；在美国市场为11.3%，同比提升1.1个百分点；在加拿大市场为15.1%，同比提升4.8个百分点；在西欧德国、英国、法国、意大利、西班牙五大市场均已成为行业一流品牌。

在日本及东南亚市场，公司持续加强海外自主发展能力。2022年，日本TVS树立了电视产业高端化标杆，收入(日元口径)、利润、利润率均同比提升；海信系电视销量市占率同比增长4.8个百分点至32.8%，其中东芝电视销量市占率为23.6%。2022年在东南亚，海信公司持续提升产品竞争力、品牌

影响力、渠道及零售管理能力。

品牌价值升级 影响力不断提升

提升品牌美誉度及高端渠道开拓效率。2022卡塔尔世界杯营销推动海信品牌知名度在全球得到大幅提升。益普索抽样调查的世界杯赛前赛后调查数据显示：海信电视的品牌知名度较赛前在中国市场提升5个百分点，达到90%，位列中国电视行业第一；在海外市场(美国、澳大利亚等十国)提升5个百分点，在美国、英国、日本市场均提升5个百分点；2022年卡塔尔世界杯成为海外消费者认知海信品牌的TOP1渠道。得益于世界杯营销提升品牌影响力，海外高端渠道开拓效率明显提升。截至报告期末，海信系电视已销往全球130多个国家，进入全球主流渠道。

驱动全球市场业绩销量及市占率提升。“世界杯”营销进一步提高了海信品牌的全球影响力。据奥维云网统计，海信系电视在2022卡塔尔世界杯期间(11月21日-12月18日)，在中国内地零售额市占率达到300%，领先第二名10.6个百分点。据Omdia统计，海信系电视在海外市场出货量市占率在2022年第四季度同比提升1.3个百分点。2022年，海信公司智慧显示终端全球销量同比提升18.22%，中国境外销量同比提升15.37%，其中，东南亚市场出货量同比提升43.93%。

为推动行业进步，海信公司积极参与国内、国际标准的制/修订，在ULED、量子点显示等多个领域的研发和标准制定方面走在行业最前沿。2023年，公司主导牵头的LED背光领域国际标准——电气信号接口国际标准由国际电工委员会电子显示标准技术委员会(IEC TC110)正式发布，填补了国际空白。海信公司在保持核心技术动态护城河同时，始终持续引领行业良性发展及共同进步。

再见！青岛银川西路“大绿罐”拆除

■青岛财经日报/首页新闻记者 李倚慰

5月8日，记者从青岛能源集团获悉，经过专家对拆除方案的论证，矗立在银川西路的绿色燃气“大罐子”——大尧气柜启动主体拆除工作。

位于银川西路的大尧气柜，是浮山南麓现存为数不多的工业建筑，也是一处地标性建筑。它曾默默承担了岛城人工煤气、天然气调峰的重要作用，为满足市南区及崂山区高峰稳定供气立下汗马功劳。

大尧罐站始建于上世纪九十年代。当时随着改革开放的深入和城市发展进程推进，管道燃气用户迅猛发展，市民对“一开即用”的管道燃气也需求剧增。而煤制气一期工程受供气能力制约，远远不能满足岛城市民生活和工商用户需求，尤其是位于当时供气管网末端的麦岛至团岛沿线用户，深受高峰期压力不足的困扰。为解决民生需求，在煤制气二期工程上马的同时，大尧罐站在这片荒无人烟的浮山脚下开始兴建。

对于广大群众关心的气柜拆除后的燃气保障问题，能源华润燃气工作人员介绍说，为服务城市未来发展，解决管输

压力问题，公司在2009年至2016年，历时8年，投资9亿元，改造780公里老旧管网，有效提升管输压力，配合科学的调度指挥和完善的地理信息系统，可完全满足城市燃气需求。在2022年，投资14亿元建设的胶州湾海底天然气管线工程，未来将与董家口LNG码头项目协同一体，让青岛成为气源首端，进一步辐射胶东半岛城市群。公司还提前布局，建有6座天然气门站、管网6400余公里，形成次高压“三横四纵”的布局。

经过近五年的供气服务保障，公司在完全满足燃气用户需求的同时，还积极担负起岛城“煤改气”项目、清洁能源项目等用能需求，构建起“清洁、低碳、安全、高效”的能源保障体系，为推动岛城能源结构转型、实现“双碳”战略目标，提供“十足底气”。

“‘建于民生职责，拆于使命担当’，气柜虽然拆除，但我们责任不变、职责不变，我们将一如既往、实干争先，按照‘气热一体，多能互补’的方向，耦合多种资源，努力奔赴燃气事业美好发展的星辰大海。”气柜前拍照留念的员工对记者说。



老员工在即将拆除的大尧气柜前打卡留念。

青岛市2022年生态环境“成绩单”出炉

空气质量优良率88.5%，同比提升3.6%

■青岛财经日报/首页新闻记者 陈璐

近日，青岛市政府新闻办举行新闻发布会，通报了2022年全市生态环境质量状况。据悉，2022年我市空气质量优良率88.5%，同比提升3.6个百分点；全市20个国省控断面全部达标且水质均达到Ⅳ类及以上，16处城镇级及以上集中式饮用水水源地水质100%达标；全市近岸海域水质优良面积比例达到99%，历史最佳；受污染耕地安全利用率、重点建设用地安全利用率均达到100%。

大气环境质量稳居全省前列

立足持续提标提质。印发实施全市年度大气污染防治工作计划、夏秋季臭氧污染强化治理及秋冬季大气污染防治方案，深化大气污染防治攻坚。开展全市扬尘整治专项行动，排查涉扬尘污染防治工作的企业519家，工业企业料场堆场共790个，确定料场堆场整治提升项目28个。对全市道路扬尘情况进行出租车走航监测，发现污染点位770个，开展污染点位溯源，组织责任单位完成整改。开展柴油货车排放常态化执法检查，检查柴油车辆2500余辆，检查加油站650余家次，实现对全市机动车排放检验机构的监管全覆盖。提前两年完成高挥发性有机物原辅材料源头替代比例9%的目标任务。

2022年，PM2.5、PM10、二氧化硫、二氧化氮、臭氧浓度分别为26.49、8.28、154微克/立方米，一氧化碳浓度为1.0毫克/立方米，环境空气质量连续三年全面达到国家二级标准，PM2.5、PM10、二氧化硫、一氧化碳浓度均为《环境空气质量标准》实施以来历年最低；空气质量优良率88.5%，同比提升3.6个百分点，全省排名第二；各区市空气质量优良率范围为81.1%~89.6%，同比均改善。

近岸海域水质总体优良

坚持海陆同防同治。严格落实湾长制，系统推进海湾综合治理，6174个入海排污口完成排查整治和验收销号6161个，数量位居全省第一。印发实施深入打好重点海域综合治理攻坚战实施方案、胶州湾海洋塑料垃圾“清漂”专项行动方案，加强海湾保护和污染防治。开展入海河流总氮排查，健全完善“一口一档”，治理陆源污染入海。完成年度近岸海域水质监测评价、崂山湾和丁字湾3个季节生物多样性普查。组织开展海洋环境风险源排查，形成环境风险管理清单和责任清单，强化环境风险管控。

2022年，全市近岸海域水质优良面积比例达到99%，历史最佳；灵山湾成功获评全国美丽海湾优秀案例第一名，成为省内唯一成功入选的优秀案例，央视《焦点访谈》等主流媒体对我市海湾保护工作进行了宣传报道。

绿色低碳发展成效显著

协同推进减污降碳。全面完成省下达的2022年度四项主要污染物减排目标任务。印发实施“十

四五”应对气候变化规划、温室气体减排和大气污染防治协同控制三年行动计划，西海岸新区获批全国首批、全省首个气候投融资试点。印发实施青岛市国家生态文明建设示范区建设规划纲要，崂山区、城阳区成功创建第六批国家生态文明建设示范区，西海岸新区、胶州市成功争创首批全省生态文明十强县。持续强化农村生态环境保护，新增完成生活污水治理的行政村766个，完成农村环境整治的行政村101个，完成农村黑臭水体治理33处。全省首创非道路移动机械以“改”促“治”新模式，组织青岛港100余台机械升级改造，实现微成本减排。推动“无废城市”建设，开展5轮危险废物排查整治专项行动，完成2863家单位危险废物规范化管理评估，全市工业企业危险废物规范化合格率达到100%。颁布实施《青岛市医疗废物管理办法》，全省出台首个地方性医疗废物管理办法，累计安全处置医疗废物309万吨，未发生二次污染影响环境安全情况。开展多轮覆盖全部核技术利用单位的隐患排查行动，共核查核技术利用单位1456家次，检查发现问题158个，整改完成率100%。全市环境电离辐射水平保持稳定，环境电磁辐射总体状况较好。全市各类功能区昼间、夜间噪声全部达标，各类功能区声环境质量同比保持稳定。

遗失

局2022年2月7日核发予私立青岛鑫泰信息技术专修学校统一社会信用代码:52370200MJD82378XP号民办非企业单位登记证书(法人)正本,声明作废。

遗失青岛市市南区行政审批服务局2022年1月27日核发予私立青岛鑫泰信息技术专修学校的教民:137020071002290号中华人民共和国民办学校办学许可证正本,声明作废。

招标公告

根据《物业管理条例》和《物业管理招投标办法》相关规定，青岛恒禄旅游开发有限公司对青岛恒大文化旅游城北区2地块项目前期物业服务进行公开招标，本项目总建筑面积223399.75平方米；地上建筑面积155222.05平方米；地下建筑面积68177.7平方米。本次招标范围：总建筑面积196122.15平方米；地上建筑面积134922.01平方米；地下建筑面积61200.14平方米。

邀请各单位前来投标。有意参加此次投标的单位，

请携带营业执照副本原件及盖有公章的复印件、法定代表人授权委托书于2023年5月9日-2023年5月15日(上午10:00-12:00,下午14:00-16:00)到青岛市市北区四流南路94-2号领取招标文件，报名费200元整。

联系人：刘女士

联系电话：15253236151

招标单位：青岛恒禄旅游开发有限公司

2023年5月9日