

贸易需求提升

海运巨头扩增LNG船舶订单

今年以来，多家海运、能源巨头扩增LNG船舶订单。日前，招商轮船公告显示，下属全资子公司与大船重工和中船贸易签署2艘17.5万立方米LNG运输船舶的《船舶订造协议》，造船款合计4.7亿美元。

业内人士表示，LNG船舶运输市场维持高景气市场行情。北半球冬季供暖需求、欧洲地区LNG需求激增，支撑了全球LNG贸易整体增长。在全球碳减排政策推动下，LNG贸易需求持续提升，为LNG运输提供了新一轮的发展机遇。

● 本报记者 金一丹
见习记者 常芷若



新华社图片

后续潜力。

订造LNG运输船舶

上述协议显示，招商轮船订造的2艘17.5万立方米LNG运输船舶将根据造船进度分五期支付进度款，具体拟为签约20%、开工10%、铺龙骨10%、下水10%、交船50%。交船期为2026年下半年，交船地点为大船重工及其下属船厂。

公告显示，招商轮船本次订造的LNG船舶将安装最新型LNG双燃料低速主机，并配套节能环保系统，燃油和燃气模式均可满足国际海事组织最新最严苛的排放标准。

招商轮船表示，此次订造LNG新船符合公司发展战略和船队发展规划，体现了公司持续大力拓展低碳业务和清洁能源运输的承诺，预计风险回报水平合理，有助于公司油气运输核心业务的长远发展，有利于公司进一步打造弱周期、成长型专业航运平台。

中银证券表示，全球LNG贸易占比逐步提升，海上LNG运输也越来越受到重视。由于地缘冲突造成的贸易局面通常中短期难以逆转，招商轮船今年大力布局的LNG业务有望长期受益，看好LNG业务的

运力供不应求

研究机构Clarksons数据显示，截至目前，今年全球LNG船舶新船订单量已达158艘，超过去年全年的86艘，刷新历史纪录。在全球LNG船舶订单出现激增的背景下，钢材涨价引发建造费上涨，运费也高居不下。

招商轮船表示，LNG船舶即期市场处于历史高位，目前日租金在40万-50万美元区间。随着欧洲冬季需求的增长以及长期LNG替代比例的不断增长，相信今年还有一定的上涨空间，即期市场运力供不应求。

中信期货表示，LNG船舶即期市场日租金今年9月初突破10万美元，随后一路飙升至接近45万美元，不断刷新历史纪录。尽管LNG船舶手持订单占现有船队规模比例超45%，但2024年后大量运力才能集中交付，2023年运力供应仍将依然紧张。当前LNG船厂船台已经排期至2025年后，如果船厂不进一步扩产能，LNG产能相关船台有望排期至2029年。

中远海能预计，2027年LNG贸易量年均复合增长率可达5.7%。中国重工在今年三季度业绩说明会上表示，目前大型LNG船舶价格同比涨幅

超20%。公司目前手持订单饱满，预计自2023年起陆续完工交付，其中民船订单排期已至2026年底。未来，公司将紧抓LNG船舶市场机遇，积极开拓市场，有序推进LNG船舶经营接单，持续巩固竞争优势。

加大业务布局

当前，随着新建液化工厂的陆续投运，全球LNG贸易运距不断增长，需要更多的LNG运输船舶进行配套运输，LNG船运市场呈现出供不应求的紧张态势。今年以来，LNG船费飞涨，新船订单飙升，多家海运、能源巨头加大LNG业务布局。

12月2日，海油发展公告称，公司下属全资子公司中海油能源发展投资管理（香港）有限公司拟与中海油气电集团新加坡国际贸易有限公司、株式会社商船三井、远海液化天然气投资有限公司共同投资成立6家单船公司，每家单船公司将建造1艘LNG运输船，运输船建造项目总投资约10.64亿欧元。

11月3日，中远海能、招商轮船公告称，对两公司各持股50%的合资公司中国液化天然气运输（控股）有限公司（简称“CLNG”）增资4350万美元，用于CLNG参与投资设立的合

资公司新造5艘17.4万立方米薄膜型LNG运输船舶。此前，中远海能、招商轮船曾在8月10日公告称，拟对CLNG增资6170万美元，用于CLNG参与投资设立的合资公司新造7艘17.4万立方米薄膜型LNG运输船舶。

招商轮船今年曾多次签订LNG船舶订单。3月31日，招商轮船通过下属全资子公司与大船重工、中船贸易签署2艘17.5万立方米LNG运输船舶的《船舶订造协议》，2艘船舶造船款合计3.8亿美元。同时，签署2艘17.5万立方米LNG运输船舶买方选择权订单（买方有权在一定期限内选择是否以约定价格订造约定船舶），2艘选择船每艘造船款为2亿美元。

9月24日，招商轮船行使船舶建造选择权，并与大船重工新签署了2+2艘LNG船舶的《LNG船舶二期建造合作意向书》。12月2日，招商轮船再次公告称，向大船重工订造2艘17.5万立方米常规LNG运输船舶，单船净船价不超过2.35亿美元。

中银证券表示，由于输送管道断供，欧洲不得不加大海上LNG的运输。根据E-Gas数据，今年1-9月，欧盟16国LNG进口量达到8742万吨，同比增长77.5%。新的天然气贸易格局正在逐步演化形成，LNG船运市场有望长期受益。

需求不足 液晶电视面板价格止涨

● 本报记者 吴科任

全球液晶电视面板价格延续上涨乏力态势。日前，第三方机构发布的价格监测报告显示，尽管面板厂持续控产，但受品牌砍单影响，预计12月各主流尺寸液晶电视面板价格与上月持平。

价格上涨动能不足

从今年10月起，全球液晶电视面板价格结束了14个月连续下跌走势，主流尺寸产品迎来全线上涨，但好景不长。

群智咨询认为，备货需求降温，加之二线市场库存风险较大，预计32英寸液晶电视面板12月结算价格与上月持平，每片报28美元。43英寸、50英寸、55英寸三个尺寸液晶电视面板11月每片均上涨1美元，预计12月价格趋向稳定。

大尺寸方面，群智咨询表示，因促销表现相对较好，厂商备货需求稳定，11月65英寸和75英寸均价每片上涨2美元，但随着G10.5代线产能恢复及品牌控库存策略持续，预计12月价格与上月持平。

集邦咨询发布的12月上旬面板价格报告显示，预计12月四款长期跟踪的液晶面板价格与上月持平。

群智咨询表示，进入年底，大部分品牌对未来需求保持悲观的预期，且为控制年末库存，备货需求呈现向下调整态势；同时，供应端产能呈现环比微幅恢复，供需双方趋势分化。

CINNO Research认为，目前面板行情仍处于面板厂试探性涨价与终端厂进行价格博弈的阶段。由于需求并未真正复苏，大品牌终端厂对提价接受度普遍较差。尽管小品牌终端厂能接受一定涨价，但出货量相对较低。此外，行业内仍有部分渠道货源有压

价动力，部分面板厂面临年底业绩压力有提高稼动率计划。因此，预计到年底之前，液晶电视面板价格大概率维持横盘。

供需尚未真正反转

受全球经济复苏乏力、行业需求收缩、产品价格持续下跌等因素影响，今年二季度末起，面板企业普遍调整稼动率。根据第三方机构数据，9月全行业面板厂稼动率降至60%左右，预计四季度面板厂稼动率仍将控制在70%左右。面板厂稼动率的降低对供给端的影响效果显著，三季度全球液晶电视面板供应面积同比出现下降，预计四季度同比继续下降。

京东方A日前表示，受行业移动端率整体降低的影响，进入四季度，产能供应大幅降低，液晶电视面板供过于求的状况得到大幅缓解，面板厂及品牌厂的库存情况基本恢复到健康水平。

“明年上半年其实有一定风险（一季度是面板备货需求的淡季），关键要看面板厂商的策略，能否像今年四季度一样对产能进行控制。”群智咨询TV事业部研究总监张虹告诉中国证券报记者，“减产对面板厂商而言是一个艰难决策，对营收、成本都有很大影响。如果面板厂商在需求恢复的预期下快速释放产能，明年上半年的供需形势可能不会很乐观。”

面板厂商普遍谨慎。友达光电称会持续严控库存；TCL科技表示，四季度面板企业提升稼动率的意愿不高。

需求方面，京东方A表示，中短期看，随着年底促销季的到来，终端库存逐渐去化，面板需求有望结构性恢复。长期看，产品的大尺寸化延续、新技术渗透率提升、应用场景的拓展等因素将拉动面板需求增长。同时，随着不确定因素影响逐渐被消化，产业发展格局将逐渐回归理性。

人工智能产业化落地提速 科技巨头争相布局AIGC

● 本报记者 彭思雨

日前，海外研发机构OpenAI发布的全新对话模型ChatGPT掀起AIGC人工智能赛道热潮。近年来，百度、阿里巴巴、腾讯、Meta、谷歌等国内外科技巨头以及A股上市公司大力布局AIGC业务，推动AI作画、数字虚拟人产品广泛应用于传媒艺术、教育、电商等内容创作领域。

AIGC是继专业生成内容（PGC）和用户生成内容（UGC）之后，通过人工智能技术来自动或辅助生成内容的生产方式，即人工智能生成内容。业内人士表示，数字经济时代到来，深度学习技术推动人工智能进入大规模应用阶段，AIGC应用市场有望率先实现需求爆发，软件、算法模型、数据集、算力层行业公司或受益。

企业密集布局

近期，Open AI发布的“AI聊天机器人”ChatGPT因突出的智能对话能力火遍“科技圈”，AIGC概念受市场广泛关注。Wind数据显示，截至12月7日，AIGC指数30天内涨幅近12%，国内不少上市公司表示，已布局AIGC相关技术或业务。

天娱数科11月28日表示，公司以自研AI算法优化虚拟数字人全链路生产流程，未来公司将继续打磨跨模态智能算法，探索虚拟人+AIGC的应用模式，探索不同行业应用场景。

科大讯飞表示，语音合成、虚拟人相关技术属于AIGC，公司积极布局基于预训练模型的图文生成、对话生成等技术方向，并通过AI虚拟人交互平台在媒体、金融、教育、文旅等领域赋能内容生产创作和业务服务。

近年来，AIGC已成为海内外科技巨头竞相布局的人工智能热门赛道。在国内，腾讯发布了写稿机器人Dreamwriter，阿里巴巴旗下AI在线设计平台鹿班实现海报设计生产，字节跳动旗下的剪映和快手推出的云剪能够实现AI视频创作。今年8月，百度发布AI艺术和创意辅助平台“文心一格”，可快速生成AI画作。在海外，谷歌、Meta、微软等科技公司也不断推动从文字、图画走向视频的AIGC创新迭代。

AIGC赛道受到资本青睐。国内AIGC技术服务提供商慧夜科技近期完成由高瓴创投领投、顺为资本跟投的Pre-A+轮融资。海外AIGC独角兽公司Jasper和Stability AI于10月相继宣布完成1.25亿美元、1.01亿美元融资，估值分别达15亿美元、10亿美元。

步入应用渗透期

“AIGC爆红反映出AI大模型技术应用日趋成熟。”在日前举办的WAVE SUMMIT+2022峰会上，百度集团副总裁、深度学习技术及应用国家工程研究中心副主任吴皓告诉中国证券报记者，大模型让AI生成和理解能力有了显著提升，基于深度学习算法的跨模态大模型和NLP（自然语言处理）推动内容形式从单一走向多元，内容质量也较以往大幅优化。

国盛证券表示，ChatGPT所体现的人机对话能力升级，是大模型训练在大算力、大数据共同支持下达到的效果。生成算法、NLP与算力决定AIGC能否运行，而高质量的数据集决定了AIGC质量与商业模式。作为数字经济时代的新型内容生产力，AIGC将会改变人们获取信息、输出内容的方式，有望成为驱动人工智能市场需求爆发的应用方向。

海通证券表示，随着技术快速迭代，AIGC可以快速、灵活地生成不同模态的数据内容，降低游戏、影视行业开发成本，同时激发内容创作思路，扩展创作空间，成为数字内容创新发展的新引擎。

据Gartner测算，目前人工智能生成数据占有数据比重不到1%，到2025年，人工智能生成数据占比将达到10%。

“深度学习技术已经开始向多个行业进行大规模地渗透推广，但目前AI大生产仍处于起步阶段。从产业应用推广的角度来说，一些瓶颈问题仍有待解决。”吴皓坦言，首先，仍需更大规模算力、数据以及算法优化的支持；其次，深度学习如何与海量知识充分融合，提供更精准的理解和决策是重要研究方向；最后，降低生产成本，降低理解与应用的门槛，是人工智能产品大规模商用的必然趋势。

荣耀CEO赵明：持续提升产品力 构建荣耀全球品牌形象

● 本报记者 张兴征

在新荣耀成立两周年之际，荣耀发布了MagicOS 7.0操作系统、新款折叠屏手机荣耀Magic Vs以及荣耀80系列旗舰手机。日前，荣耀CEO赵明在接受中国证券报记者专访时表示，荣耀MagicOS 7.0研发耗时长达1年多，投入研发人员数千人。有了MagicOS 7.0操作系统的助力，将提升荣耀手机产品竞争力。

赵明称，荣耀才刚刚起步，希望通过持续提升科技力和产品力，构建荣耀全球的品牌形象。

发布操作系统

日前，荣耀发布了MagicOS 7.0操作系统，并公布该操作系统四大核心技术，即MagicRing信任环、Magic Live智慧引擎、Turbo X系统引擎及MagicGuard荣耀安全。据悉，荣耀未来会迎合消费者需求，考虑对鸿蒙及iOS进行兼容适配工作。

赵明表示，荣耀既要不断打造强大硬件能力，也要提升消费者体验。MagicOS是未来荣耀业务发展全新的战略支点。全新的MagicOS 7.0不仅通过信任环把荣耀全场终端设备融合在一起，又通过智慧引擎将服务应用高效地在多设备之间流转。

研究机构IDC数据显示，荣耀2022年三季度出货1273万台，市场份额为17.8%，排名国内手机市场第二。vivo在三季度重返国内手机市场出货量第一，市场份额达到20%。



研究机构Strategy Analytics称，荣耀在三季度放慢了产品发布周期，只在国内市场推出了X40i和X40。预计接下来几个季度，荣耀和vivo之间的竞争将会更加激烈。

日前，荣耀还发布新款折叠屏手机荣耀Magic Vs以及荣耀80系列旗舰手机。据了解，荣耀Magic Vs以及荣耀80系列将采用MagicOS 7.0操作系统。

赵明直言：“荣耀在大硬件体系要取得领先优势，在高端手机领域，我们要与华为Mate系列和IP系列竞争的的实力。但我们也清楚，单纯在硬件方面，从消费者体验来看，荣耀还不足以与苹果iPhone和华为Mate系列、P系列手机相竞争和媲美，我们一定要有强大的操作系统来支撑。MagicOS 7.0的加持，将提升荣耀手机产品竞争力。”

做大折叠屏产业蛋糕

今年1月，荣耀首款折叠屏手机Magic V发布，售价9999元起。日前，荣耀发布的荣耀Magic Vs售价7499

元起，相比Magic V，起售价有所下调。赵明表示，在高端手机领域，荣耀在规划产品时，将苹果iPhone作为荣耀高端手机的对标产品。荣耀用Magic Vs折叠屏手机来对标苹果的顶级旗舰手机。今年初，荣耀团队就坚信折叠屏手机将成为用户的主力机。

赵明称，荣耀坚信通过销量的提升可以帮助产业链更好地解决成本问题。荣耀将与合作伙伴一起把产业蛋糕规模做大，让更多合作伙伴加入到折叠屏手机生态当中，加速整个产业的成熟。产业成熟后，也会带来成本的下降。

今年上半年，荣耀折叠屏手机出货量排名行业前列。研究机构DSCC数据显示，按出货量计算，2022年上半年三星以62.5%的市场份额位居全球折叠屏手机市场第一位，华为、OPPO、荣耀、vivo分别以28.9%、4.6%、2.1%、1.9%的市场份额位居第二至第五位。

赵明表示，随着荣耀推出Magic Vs，预计其对2023年折叠屏手机市场将产生巨大影响，将刺激和加速其他品牌推动折叠屏技术进步。

中金公司称，看好更多品牌推出最

新折叠屏手机产品，改善用户使用体验，推动折叠屏手机渗透率持续提升。

中信证券称，展望2023年，预计安卓厂商仍将进一步加速折叠屏手机产品迭代。未来随着价格中枢下移，折叠屏手机市场销量有望高速增长，同时有望在高端智能手机市场替代部分直板手机。预计2022年全球折叠屏手机出货量为1300万台-1400万台，2023年全球折叠屏手机出货量有望超过2500万台。

新增多名股东

2020年11月17日，荣耀品牌从华为体系中独立出来，被深圳市智信新信息技术有限公司等企业联合收购，荣耀成为深圳市国资委旗下企业。

在新荣耀成立两周年之际，又传出荣耀融资的消息。2022年11月，荣耀新增京东方等股东，引起市场关注。11月16日，工商登记信息显示，荣耀发生了工商变更，新增了6名股东，包括京东方科技集团股份有限公司、中金祺智（上海）股权投资有限公司（有限合伙）、国信资本有限责任公司等。

对此，荣耀方面回应记者称，目前荣耀收入、利润及经营性现金流稳健增长，多元化股权结构一直是荣耀坚持的发展原则。荣耀也一直坚持开放、协同的原则，致力于联合产业链合作伙伴，为用户带来产品创新和体验跃迁，更好地服务全球消费者。

赵明表示，荣耀才刚刚起步，在未来发展中，荣耀希望通过提升科技力和产品力，构建荣耀全球的品牌形象。