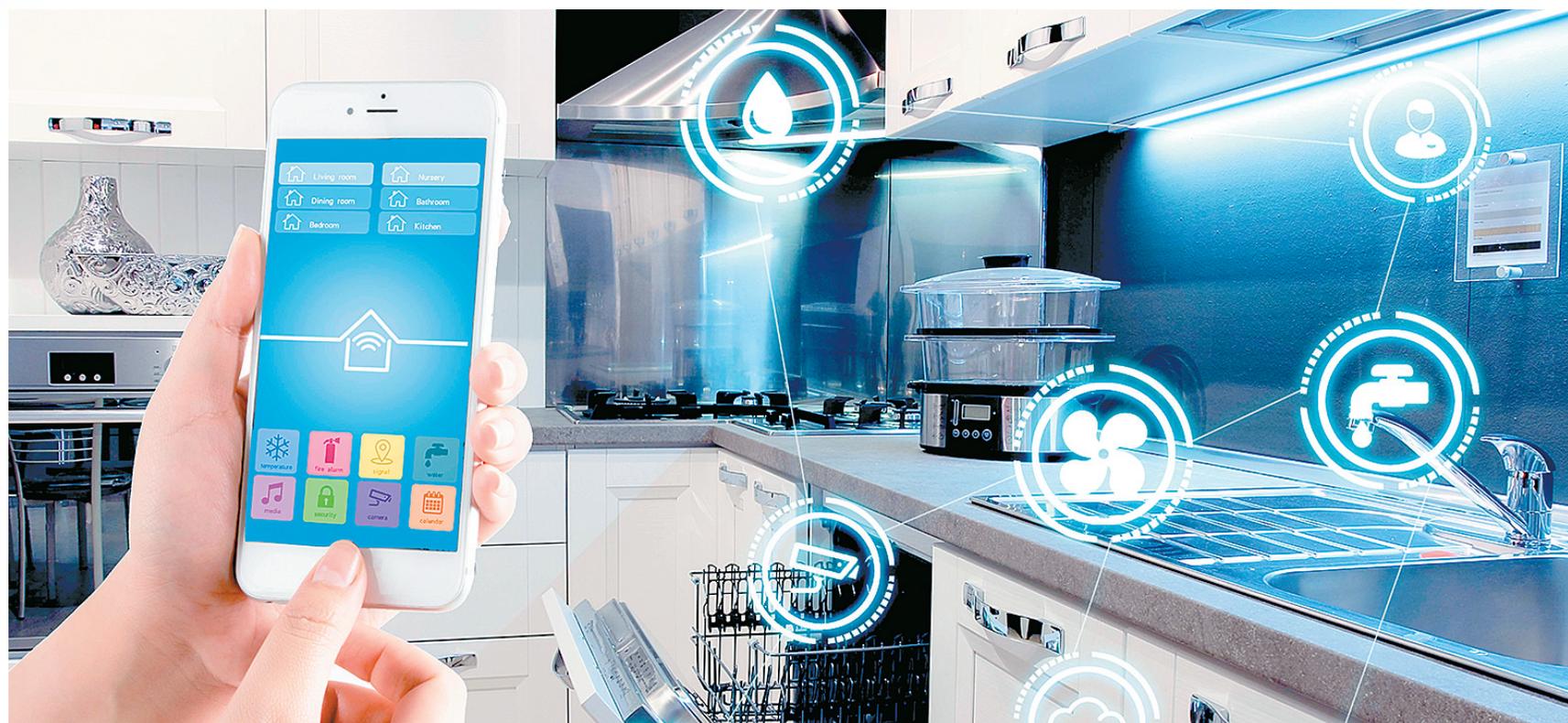


从中国走向世界 从生产走向智造 家电蝶变坎坷路 大浪淘沙显真金



智能AI家电已经可以和手机互联

制造业是国民经济的主体,中国家电产业在制造业中占有举足轻重的位置。中国家电产业的成长历程,在一定程度上可以折射出一座城市、一个国家的经济发展史。随着城市的发展,中国家电产业从小到大,从弱到强,走向了高速发展的历程。

如今,无论是黑电、白电,还是厨电,中国已经不仅是全球市场的制造基地,更是全球的研发创新基地,不仅能够提供多样化的产品,还能够提供智慧家庭的解决方案。特别是进入互联网时代,中国家电产业借助家居智能化浪潮,在某种程度上已经领先于外资品牌。
郑报全媒体记者 李冬生

从定点生产到理性竞争 家电飞入寻常百姓家

时光追溯至1984年,那是关键性的一年,也就是在那一年前后,国家计划定点生产家电。1985年开始,冰箱、洗衣机、空调的生产需要国家颁发的定点生产许可证。

据从事家电行业近30年的张先生回忆,当时全国共有70多个冰箱定点生产厂家,80多个洗衣机定点生产厂家,比如北京的白兰、白菊,现在市场上还见得着的小天鹅等都是那时候的定点生产厂家。在冰箱、洗衣机等家电产品实行定点生产的同时,老百姓购买也需要凭票,整个产业处于供不应求的状况,可以说是短缺。因此,冰箱和洗衣机产业备受推崇。

与冰箱和洗衣机发展受重视程度不同的是,空调在当时却成了被严格控制发展的产业,其原因就是空调是耗电大户。不过,一些行业专家此时已经意识到,空调业是一个有价值、有利润的产业,空调可以给老百姓带来舒适,必须发展空调。

通过多方努力,1991年,国家正式出台第一个空调规划。自此之后,尤其是在20世纪90年代初突破定点生产之后,家电业进入全面快速增长期,家电产业的高利润率成为众多厂家追逐的目标。与此同时,国外企业也由先前的技术输入转为资本输入,与国内企业组建的合资工厂纷纷成立,如松下、日立等。

中国家电业在那一时期成为众星捧月的对象,在每年的工业产品统计中,家电产品都表现得颇为抢眼。据悉,那时的家电企业解决了当地一大批就业和利税问题。一个年产5万台的空调厂,就可以养活400~500人。1995年之后,家电业迅速脱去浮华的外衣,虽然产销量不断扩大,但利润率却直线下降。整个产业逐渐告别混乱时期,进入理性竞争时期,在不断升级的洗牌大战中得到整合,各种行业标准也在这一阶段相继建立,并日趋完善,家电在这个时期飞入寻常百姓家。

从诸侯混战到重组兼并,家电品牌品质“出圈”

在利润丰厚的年代,家电企业的品牌举不胜数,正如前面所说,仅空调就达到了400多家。然而,随着利润的下降,以及各种成本的上升,不少家电企业不得不走向“退市”的道路,在钢材涨价、上游资源涨价及价格大战的多重挤压下,家电品牌急剧减少。

2004年,国家信息中心监测的空调品牌从上年度的150多个锐减到96个。同时,品牌集中度的提高是品牌整合的一个方面,另外家电业内频频上演的并购大戏也进一步促进了家电品牌的内部整合。其中,荣事

达、美菱、威力、小天鹅、小鸭等,这些曾被证明发展得较好的定点生产企业如今都成了被并购的对象。

据统计,海尔智家先后兼并了国内近20家企业,在国际上,海尔智家也于2018年收购意大利家电公司Candy 100%股份,兼并战略使其快速迈进多元化发展之路,形成了海尔、卡萨帝、统帅以及GE Appliances、Fisher&Paykel、AQUA、Candy等品牌,可提供冰箱、冷柜、冰吧、酒柜、洗衣机、空调、电视、热水器、厨房电器、电脑及外设、小家电等全品类产品。

不只是海尔智家,还有美的集团收购小天鹅,海信收购科龙、容声、日本三电,长虹收购美菱,康佳收购新飞,苏泊尔收购上海赛博电器,格兰仕控股惠而浦51.69%股权……随着市场大浪淘沙和企业重组兼并,家电企业快速成长“出圈”,品牌知名度远扬国内外。

如今,彩电行业的海信、创维、TCL、长虹、康佳,冰箱行业的海尔智家、容声、美的、美菱,空调行业的格力、美的、海尔,洗衣机行业的海尔智家、小天鹅等品牌,基本上都是在这一时期奠定的行业地位。

从自主研发到智造创新,中国家电“智绘”未来

家电产业发展之初,就是从全面引进开始的,包括生产技术的引进、生产设备的引进、生产线的引进,甚至零部件也要从国外进口。随着中国家电产业实力的逐渐增强,整个家电产业链已经建立完成,即从零部件、冰箱压缩机、空调压缩机的生产到整机生产。中国家电业已基本实现以创新驱动发展,行业技术水平具有全球影响力,部分产品在节能、智能、健康、保鲜、舒适度、自清洁等方面的技术创新达到国际先进水平。

近年来,家电企业积极针对用户需求开发新产品,优化产品结构,努力满足消费升级需求,变频、节能、智能、大容量等中高端产品快速增长,新兴品类不断涌现。主要家电产品产量多数居世界前列,一批新兴品类产品及改善生活品质的小家电快速

发展。

彩电行业,创维、海信、康佳、长虹、TCL等企业在Mini LED赛道加码,同时OLED、8K、激光电视、卷轴屏等多元显示技术和形态也大露锋芒。洗衣机行业,以健康为核心的洗涤需求成为消费主流趋势,同时叠加的各项功能,如分区洗涤的脱水技术已迭代升级,智能感知投放技术已结合AI互联,让洗衣机不仅懂衣物还懂消费者的心思。冰箱行业,具备洁净气味、智能调湿功能的新品,搭载释放银离子杀菌、臭氧消毒健康功能的产品,以及保留食材原始的味道真空冰箱都“各显神通”。还有能够将机芯拆下来水洗的空调,能够不打新孔就能换新风的空调,能够实现柔风、轻风、智能风、自然风的空调等。

此外,集成化、套系化发展

也成家电行业主流。方太集成烹饪中心J系列,海信璀璨套系家电,长虹“仰望”系列ChiQ 5G生态成套家电,TCL灵悉C12全套系AI家电,华帝敦煌套系产品等,打造“全模交互场景新体验”,为消费者带来高端化、“一站式”的智慧家庭成套解决方案,让消费者从“添一件家电”逐步转向“换一套家电”。

正如中国家用电器协会理事长姜风曾经所言,现在的家电产品可以满足消费者审美和情感需求,不再是冷冰冰的摆设。如今,智能化和高端化正使得家电变得越来越有“温度”,越来越像家庭生活的伙伴而非机器。随着5G、AI和IOT技术的不断推进,智慧生活和智慧家居将迎来新的机遇,中国家电产业将如何“智绘”未来,我们一起期待和见证。