



# 我城我恋

郑州晚报创刊73周年、改版20周年&正观新闻融合纪念特刊

以人为本,求新求变 技术迭代,智慧创新

## 家电20年:从“有”到“好”成趋势

青春·有为

共同见郑

青春须早为,岂能长少年

从“三转一响带咔嚓”到彩电、收录音机,再到后来的冰箱、洗衣机和空调,家电产品的品种、款式、业态越来越丰富。今年,《郑州晚报》迎来创刊73周年、改版20周年,回顾近20年来的家电市场发展,随着人们对美好生活的向往,历经重组、收购、兼并、“出圈”的家电企业,逐渐走上了高品质、智能化、绿色化的转型升级之路,同样也让消费者享受到了更加便捷的智能生活。

郑报全媒体记者 李冬生



智能家电已进入寻常百姓家 (资料图片)

### 重组并购 家电品牌“大浪淘沙”

“现在的电视功能真是多呀,对着遥控器说句话,就能直接看到想看的节目,在我们年轻的时候,哪有这样的好事啊!”每每走进家电卖场,从事家电行业数十年之久的吴先生总是感慨万千,在赞赏当下家电产品人性化功能的同时,回忆着家中收藏着的白菊牌洗衣机等老牌家电。

白菊牌洗衣机,现在的年轻人也许早已不知道家电行业还有这个品牌。21世纪初,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。品牌集中度的提高是品牌整合的一个方面,另外家电行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。此外,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……在这一浪潮下,家电企业快速成长“出圈”,品牌知名度远销国内外。

家电业风雨兼程几十年,大浪淘沙,无数品牌竞折腰。如今,在人们家中经常可以看到的海尔、格力、美的、创维、海信、长虹等品牌,基本都是在这一时期奠定的行业地位。

### 技术迭代 努力满足消费升级需求

从“有家电”向“有好家电”转变,随着消费者对家电消费需求的升级,历经“大浪淘沙”的家电企业纷纷加大技术创新投入,走向了高品质、健康化、智能化的转型升级之路。

在电视方面,创维、海信、康佳、长虹、TCL等企业在Mini LED赛道加码,OLED、8K、激光电视、卷轴屏等多元显示技术和形态大露锋芒,搭载各类护眼技术的产品也层出不穷。

在洗衣机方面,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。

在冰箱方面,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”。

在空调方面,从定频到变频创新升级的同时,对能效比也进行了提升。在产品和功能上,可

将机芯拆下来水洗的空调,不打新孔就能换新风的空调,可实现柔风、轻风、智能风、自然风的空调等层出不穷。

尤其是在疫情多点频发的当下,人们越来越关注健康问题,对家电产品也越发向健康靠近。从冰箱的保鲜、智慧健康管理、杀菌技术,到洗衣机的抗菌门封、高温蒸汽、除菌洗,再到空调的紫外线杀菌、自清洁和全效净化功能,家电企业对产品的创新研发也更注重健康、杀菌等内核需求。

### 智慧创新 让家庭生活更美好

在公司远程控制家里的电饭煲启动,到家时热气腾腾的米饭已经蒸好;扫拖一体的机器人不但可以定时清扫,还可以通过上下水系统自动清洗拖布;对着电视说句话,就可以控制其他家电的工作……随着物联网技术日趋成熟,家电市场的内涵和外延正发生巨变,家电智能化、套系化成为市场新的增长点,单个的智能家电通过相互连接为消费者打造出了有温度的“智慧家庭”。

今年初,海尔智慧生活家电推出物联网时代3.0场景模式,发布健康烹饪、全屋清洁、智慧护理、舒适环境四大场景方案,以及洗地机器人、智能食材净化机、全自动烹饪机器人等高差异化的产品,致力为消费者提供省时、省力、省心、更清洁、更舒适、更健康的生活方式。

海信也

加快智慧家庭场景布局落地,其全屋智能解决方案围绕消费者家庭生活空间,融合了海信璀璨高端系列智能家电及智能生态产品,覆盖家庭客厅、厨房、卧室、阳台、门厅等九大空间,利用AI语音交互等核心技术,打造可思考、可迭代的智慧家庭。

在整体家电智能化过程中,中国家电产业已经走在了行业前端,几乎颠覆了传统家电的格局。业内人士表示:“如今,全屋智能化体验的配套已经形成,构建家庭互联互通的家电产品已经成为大势所趋,家电产品的智能使用场景将得到更多的应用和开发。家电企业的智能化战略布

局,不仅能满足用户对消费升级和美好生活的需求,更能积极推动小家电行业的升级,促进行业转型发展。”

以人为本,求新求变,是家电行业成功的密码。近年来,传统家电行业整体增速放缓,由增量市场步入存量市场,但人们对美好生活的向往,对高品质、智能化等健康消费升级的需求,仍将进一步助推家电产品结构提质升级。