

从南北两大家电集群看产业之变

中国家电，是世界市场上的一张闪亮名片，国内消费者眼中的“国货之光”。构建现代化产业体系过程中，中国家电现状怎样？前景如何？近日，记者调研走访了青岛市智能家电集群和广州市、佛山市、惠州市超高清视频和智能家电集群，从南北两大集群中探寻中国家电产业悄然发生的蜕变。



今年2月9日，海信视像科技股份有限公司黄岛基地，工人加紧赶制外贸订单。
新华社发

1 格局之变：从龙头引领到多强并立

青岛西海岸新区，集中着多个全球领先的家电智能工厂，近百家规模以上家电企业分布其间。

记者走进海信视像科技公司智能制造车间，只见一排排机械臂将一块块电子屏材料精准抓取。揭膜、装配、校验……每21.4秒就有一台液晶电视下线。

今年以来，青岛市智能家电产业集群保持良好发展态势，来自青岛市统计局的数据显示，上半年，家用电力器具制造完成工业增加值同比增长8.1%。

在南方的广州、佛山和惠州，三地携手发力家电产业，推动建设了规模巨大、品类齐全的显示家电产业链。

一北一南两大家电产地，是中国家电产业的龙头，整体产能占到全球的一半以上，由此形成两大集群，同时入选国家先进制造业集群名单。

“新发展格局下，我国家电制造业要打破产业边界，产生新的产业生态。”中国家用电器协会副理事长徐东生认为，数字化、智能化制造正快速改变传统环渤海、长三角、珠三角家电制造圈的产业格局，推动着从龙头引领到多强并立的新格局转变。

一条北滘河，分开佛山和中山。站在河边放眼望去，两岸集中了数百家压缩机、剪板、元器件等家电配套企业。

佛山市工业和信息化局副局长李天增介绍，面积92平方公里的佛山北滘镇聚集了近200家规模以上家电及其配套企业，创造的产值占全国家电产业总产值约10%。

与广佛惠集群不同，青岛集群的企业本地配套率没那么高，产业链延伸到全国各地。比如，青岛“链主”企业海尔、海信就分别与安徽万朗磁塑、广州万宝集团、烟台万华化学、深圳振邦智能、长虹华意压缩机等共建稳定配套联合体。

徐东生表示，在南北两大产业集群集中优势加快迈向世界先进产业集群的同时，通过差异化竞争，中国家电多强并立：依托长三角深厚的工业基础，以安徽合肥、江苏苏州、浙江宁波等为代表的长三角家电产业群涌现一批新的“小巨人”企业；凭借链网融合优势，小米、华为、科大讯飞、京东等新型实体企业正各自以智能单品为入口，开拓家电产业和流通渠道新的增长点。

记者调研中发现，在高度全球化的头部企业带动下，两大集群的国际竞争力加速提升。

美的相继并购或收购了德国库卡、东芝家电；海尔收购了通用电气家电业务、新西兰国宝级品牌斐雪派克；海信收购了欧洲高端家电品牌古洛尼……中国家电企业正着力建设海外数字化平台，加快布局稳定、高效、安全的本地化供应链。

“以2022年线上市场为例，美的以美国、巴西、德国、日本、东盟为突破口，成立海外品牌建设项目，持续完善海外渠道布局，新增终端合作客户超过3000家，自主品牌产品均价提升20%以上，海外电商销售收入同比增长14%。”美的智能家居负责人尚泽说。

2 战略之变：从家电到家居

据中国家电协会有关负责人介绍，2023年1月至5月，中国家电行业主营业务收入达7435.4亿元，同比增长8.2%；家电零售市场（不含3C）规模达2885亿元，同比增长4.3%；家电以旧换新和绿色智能家电下乡销售额同比分别增长83.7%和12.6%。

多重压力下，这样的增长韧性从何而来？

记者调研中了解到，中国家电产业整体上呈现结构升级态势，许多家电企业主动削减低盈利产品生产，加大中高端产品线投入，高端化、智能化、绿色产品比重明显提升，已经进入以应用场景为中心促进家电与家居融合发展的新赛道。

“企业今年高端订单需求旺盛，上半年，海信系电视线上和线下高端产品的市场占有率达到3.5%和5.3%。”海信视像科技股份有限公司国内营销中心总经理伍发明说，我国家电市场已进入以高端化为特点的更新换代阶段。

过去，中国家电在海外市场以“价廉物美”著称，在高端市场上难与欧美、日韩等家电企业匹敌。如今，这一局面正在改变。

十几年前，海尔就已推出高端家电品牌卡萨帝；2018年，美的

打造AI高端家电品牌COLMO，海信在自主研发的ULED和激光电视技术上与海外知名品牌同台竞技……

持续的动力，来自从“家电”到“家居”的一字之变。

走进海尔智家三翼鸟青岛体验中心001号店，记者看到，成套系家电与室内装修一体设计、彼此互联：看电视时，空调能自动识别别人的位置，决定送风方向；睡觉时，语音唤醒人工智能助手“小优”，就能远程控制灯光、空调、床体的状态……

“为用户打造全场景的智慧解决方案，已成为拉动家电产业增长的新引擎。”海尔智家副总裁、中国区总经理徐萌说，以2019年在上海开设的首个体验中心为例，3年来销售总额达到5.03亿元，传统家电销售占比逐年下降，场景销售占比从32%增长到86%。

近年来，海尔创立了全屋智能场景品牌“三翼鸟”，美的发布“美的美家”的全屋智能产品体系，海信推出高端智能套系家电“璀璨”……国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬认为，从智能家电到智能家居的战略转型，体现了家电消费和产业升级的新趋势。

3 动力之变：从规模扩张到创新驱动

在格兰仕中山工业4.0基地，数十条微波炉自动化生产线正在高速运转。企业负责人介绍，100多台新增的自动化设备在今年6月刚刚交付使用。

这些身手敏捷的机器人在关键环节上都是由企业专业技工团队自主研发，单台效率最高提升50%。

过去，这家企业从外部引进自动化生产设备，每一次设备程序修改、检修都受制于人。

“目前我们在做一个由17个机器人组成的自动线，所有设备要经过批量生产跟踪后再进行推广。”大学毕业后就进入格兰仕工作的唐智，如今已经是一名成熟的机电工程师，能够独立负责单个项目的研究。

在南北两大集群的车间、工厂和实验室，创新驱动的特质扑面而来。

位于青岛的国家高端智能化家用电器创新中心，是行业领先的国家级创新平台，正以“公司+联盟”形式集中攻关家电行业关键领域的共性问题、卡脖子技术等。

该创新中心副总经理桂志辉表示，目前我国智能家电产业链自

主率高达90%以上，但仍有3%的关键技术受制于人，需要跨区域的各大产业群之间形成合力。

以电饭煲为例，目前MCU芯片国产化正在推进，国内企业就可供应，但IGBT芯片进口依赖依然严重；电饭煲内胆材料国产替代和进口并存。同时，控制面板虽有部分国内企业布局，但总体技术实力落后于国际先进水平。

桂志辉认为，只有尽快解决智能家电底层芯片和传感、泛终端操作系统、数据安全和隐私、场景创新等共性关键技术，加快推动智能家居场景标准制定和实施，产业发展才能行稳致远。

今年5月30日，规划机器人产能每年8万台至10万台的美的库卡二期项目正式投产。目前，已进驻的产业链上下游企业共9家，覆盖多个核心零部件，预计园区的供应链配套将达到85%以上。一个新的机器人产业集群蓄势待发。

“中国家电制造无城可守。”美的集团董事长方洪波说，唯有变革创新才能创造价值，在下一轮国际家电产业竞争中赢得优势。

（据新华社北京7月27日电）