



中国的家电

出肩国际的中国制造：家电

信息技术与制造业的深度融合，让家电变得更“懂你”，给消费者带来更多惊喜。近年来，家电业克服不利因素，运行质量明显提高、技术创新能力显著提升、产品结构持续优化，转型升级成效显著。从以往在国际展会上刷存在感，到让国际同行刮目相看，再到全球家电“中国造”广为人知、广为人用，我国家电业以创新驱动演绎着惊艳世界的新传奇。

好家电，中国造

本报记者 周 睿

故事

“粉丝”变身CEO

本报记者 刘 成

“我以前是海尔的‘粉丝’，没想到有一天会成为海尔创业平台上的CEO。”马钢感慨道。2014年8月份，海尔在全球招聘智慧烤箱项目CEO，他从众多应聘者中脱颖而出。

“2014年海尔集团战略推进的主题为‘企业平台化、员工创客化、用户个性化’的‘三化’模式。而智慧烤箱项目是这个模式的集中体现，海尔作为天使投资方投入182万元，员工投入90万元，我自己投入45万元，注册了北京小焙科技有限公司。”马钢介绍说。

通过调研，马钢团队把智慧烤箱市场锁定为对美食有高黏度需求的人群：“他们认为用烤箱是一种幸福的体验，也愿意为好产品买单。”马钢说，通过整合国内外资源，马钢团队创新出了“嫩烤箱”的概念：烤箱内，上下部加热管加热方式完全相反，上部加热管最快速辐射，下部加热管不辐射，同时加入了快速的蒸汽发生器。“这样会在烘焙食物时，最大限度地把汁水锁住，使食物鲜嫩可口。”在此基础上，他们又推出了手机APP，激励专业的烘焙达人上传菜谱。

独特的烘焙效果和具备网络智慧的烤箱，2015年4月一发布，立刻引起关注。在京东众筹平台上，几天时间便众筹了172万元，不少投资公司也闻风而至，2015年8月份，智慧烤箱以7000万元的估值，引进风险投资4000万元。

马钢告诉记者，他们摒弃了传统的广告、渠道、自建体验店的模式，而是通过与烘焙学校合作，以最低的成本迅速建立了67个体验课堂；通过与烘焙达人的合作，让他们成为烤箱产品使用者、传播者和代言人。

“三化”可以说是海尔近年来最重要的机制创新，在这种机制下，像马钢这样的“小微”CEO如雨后春笋般在海尔涌现。2015年海尔平台又孕育出了有住网、蛋业生态、极车公社、快递柜、社区洗等很多新项目。海尔对这些项目持开放态度，有些占大股，有些只占小股。截至目前，海尔开放的创业孵化平台已经汇集了4700多家外部一流资源、13亿元创投基金、1330家风险投资机构、103个孵化器资源，内部诞生了470多个创业项目，外部孕育出1153个项目，为社会提供了约100万个就业机会。



海尔集团郑州空调互联网工厂车间内的生产景象。该工厂实现了高度的自动化、智能化和数字化。

(资料照片)



海信科技馆内陈列的部分出口家电。目前，海信在南非、埃及等地拥有生产基地，产品正在融入全球130多个国家和地区的大众生活中。

新华社记者 范长国摄

高端潮品惹人爱

一年一度的柏林国际消费电子展(IFA)素有世界消费电子发展风向标之称。今年9月，中国企业以占比超过30%的阵容和大量创新产品强势出击，让不少国际同行刮目相看。

“有的产品我从未见过，也是我们从未想过的，让世界多了一种选择。”德国工程师Dmitry参观后发出了这样的感慨。

最近，家住深圳龙华新区龙军花园的陈先生添置了一台自主品牌的65英寸4K OLED电视，不光外形非常纤薄，显示更是给力。观看体育赛事，再也没有了高速运动画面拖尾的遗憾。

相对于市面上同尺寸液晶电视的价格，这台OLED电视的价格高达26000元，但陈先生觉得物有所值：“这台电视色彩丰富、层次细腻，音响效果也很棒。”

用户的喜爱之情溢于言表，但他们也许并不了解所买产品的产业分量。在今年11月举行的第17届中国国际工业博览会上，创维OLED有机电视S9300获得了和国产大飞机C919一样的大奖——中国工博会工业设计金奖。这是对我国彩电企业引领潮流、开拓创新的充分肯定。

据悉，OLED(有机发光二极管)是下一代显示技术，具有主动发光的特性，相对于液晶显示，实现了良好的黑场表现、无限对比度、全视角显示以及柔性特质，被誉为梦幻显示器。面对显示技术的重大交替，众多国际巨头裹足不前，自主彩电品牌则勇做弄潮儿。2015年以来，中国OLED产业发展联盟成立，创维担任联盟理事长单位，并在国内率先量产4K OLED电视。

随着中国家电业的成长，不仅国人喜爱高端国货，就连品牌情结浓厚的老外也越来越钟情中国家电。

家住上海浦东的洋女婿Adam一直是德国高端家电品牌的忠实用户。随着女儿的降生，他和妻子想买一台可以单独清洗婴幼儿衣服的洗衣机。

今年5月初，夫妻俩在家电卖场看到国产卡萨帝双云裳洗衣机“上下双筒分筒洗”的创新设计，非常喜欢，当即订购一台，其15000元的售价甚至超过了国际品牌的高端产品。据了解，卡萨帝双云裳洗衣机是全球首台双滚筒洗衣机，通过首创的双行星平衡系统突破了传统洗衣模式，解决了洗衣机行业分区洗护难题，并获得“智能洗护技术创新金奖”。

我国家电企业为顺应消费升级大潮，竞相打造高端产品。“十二五”时期，节能、时尚、智能、健康已成为家电产品的主要发展趋势。仅从国内市场看，2014年，变频空调、变频冰箱、变频洗衣机的零售量比重分别超过50%、5%和20%；全自动洗衣机零售量比重接近90%。

逐鹿全球有底气

当前，我国家电业着力从低端迈向中高端，从国内走向国际，面临着与跨国品牌的激烈竞争。

我国是彩电制造大国，但由于“缺芯少屏”，核心技术受制于人，国产品牌一度处于被动挨打的尴尬境地。

“2015年，中国大陆地区生产面板面积约7000万平方米，将成为全球第二大液晶面板生产基地。”中国电子视像行业协会副会长郝亚斌近日透露，随着新投资产能的释放，2019年中国大陆地区生产的液晶面板面积有望跃居全球第一。

芯片之于电视，相当于引擎之于跑车。但高端芯片的研发难度大、周期长、风险高，令许多企业望而却步。

“芯片的开发与使用，一定要从企业生死存亡的角度来看。”海信集团董事长周厚健认为，没有自己的芯片，就难以摆脱产品同质化困局，更无法走在行业前列。

海信芯片公司董事长黄卫平介绍，海信2013年研制完成国内首款网络多媒体电视SOC主芯片HI-VIEW PRO。自主高端画质芯片的推出，使海信比肩国际巨

头三星、索尼，将发展的主动权掌握在了自己手中。这也标志着国家“核高基”高端芯片产业化国产化战略和创新项目又一重大成果落地。

不仅“黑电”“白电”，小家电等领域也捷报频传。中国家电协会报告显示，“十二五”期间，白色家电核心技术取得全方位突破，进一步巩固了中国家电产业链在全球市场的竞争优势。

互联网+谋跨越

历经多年努力，全球家电“中国造”已广为人知，自主品牌在国际市场声名鹊起。百尺竿头如何更进一步？“没有成功的企业，只有时代的企业。”中国家电业领军人物张瑞敏坦言，今天的企业要想成功，必须踏上互联网的节拍，融入互联网。

毋庸讳言，在工业化的路径上，中国家电企业与国际强企的综合实力仍有差距。随着互联网时代的到来，传统产业面临变革，全球家电企业站到了同一起跑线上。拥抱“互联网+”，推进中国制造2025，中国家电业迎来了从跟跑、并跑到领跑的赶超机遇。

护工作不断实现突破。家电产品能效水平持续提升，行业整体节能环保水平已达到国际先进水平；国际竞争力稳步提升。中国作为全球家电制造大国与出口大国的地位进一步得到巩固，而且，中国家电产业链资源整合，自主品牌出口规模增长。此外，制造升级与销售渠道变革加快。

“十二五”期间转型升级的成绩，为我国成为世界家电强国奠定了基础。眼下是“十二五”收官和“十三五”布局的关键时刻，我们正在制定的《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》，确立了争取到2020年进入全球家电强国行列的总目标。

“十三五”时期，家电业发展环境和支撑发展的条件发生深刻变化。全球经济仍然难以完全走出危机阴影，贸易增长放缓。互联网技术快速发展，新一代信息技术与制造业深度融合，正引发影响深远的产业变革。我国正在经历一场消费结构升级的“革命”，进入到消费多元化、个性化时代，消费侧的升级、变化要求

前不久，影视明星宋佳在微博上晒出新定制的对开门冰箱，并用夸张的肢体语言表达了内心的喜悦，迅速引起众多粉丝关注。宋佳就此表示，“自己当初只想定制一台独一无二的冰箱，没想到他们却做得这么用心”。

这台定制冰箱由英国和香港设计师设计，产自海尔互联工厂。根据互联网时代用户需求个性化、差异化的新特征，海尔将业务模式由大规模制造转为大规模定制，倾力打造智能制造互联工厂，确保全球用户能够随时、随地通过移动终端定制产品，并通过定制的全流程可视化实现最佳体验。这一探索远远超出了“机器人替人”的范畴，将海尔推到世界互联网工业变革的风口浪尖。

从全球范围看，中国企业投身智能化发展热情高涨、创新活力四射。包括家电、互联网等各类企业不仅竞相推出智能产品，让家电更“懂你”，并且积极推进生态系统和智能平台建设，构建智能家居，努力为百姓打造梦幻般的生活。业界预测，这将形成万亿级的产业规模。迎着朝阳前行，中国家电产业必将拥有更美好的未来。

加速迈向世界家电强国

中国家用电器协会理事长 姜 风

评说

在中国家电行业发展史上，“十二五”是市场形势极为复杂的时期。家电行业受到宏观经济环境、消费透支、房市低迷等综合因素的影响，市场增长动力不足。尽管如此，“十二五”期间，我国家电工业抓住消费升级的契机，向创新要动力，向结构调整要助力，向消费升级要潜力，转型升级成效显著。

回顾“十二五”时期我国家电工业，有几个显著特征：经济运行质量明显提高。尽管市场增长趋缓，但通过产业结构调整，产品结构升级，家电工业经济效益增幅大大高于主营业务收入增幅；技术创新能力显著提高。企业技术创新主体地位进一步增强，创新投入达到空前水平，具有自主知识产权的科技成果大量涌现，创新产品层出不穷，行业创新氛围正在形成；产品结构持续优化。技术创新为家电产品结构升级带来动力，变频、大容量、智能等中高端产品市场份额迅猛增长。行业集中度进一步提高。销售收入超百亿元、超千亿元、单品类产品销量超1000万台的企业阵容进一步扩大；节能减排、环境保

护工作不断实现突破。家电产品能效水平持续提升，行业整体节能环保水平已达到国际先进水平；国际竞争力稳步提升。中国作为全球家电制造大国与出口大国的地位进一步得到巩固，而且，中国家电产业链资源整合，自主品牌出口规模增长。此外，制造升级与销售渠道变革加快。

“十二五”期间转型升级的成绩，为我国成为世界家电强国奠定了基础。眼下是“十二五”收官和“十三五”布局的关键时刻，我们正在制定的《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》，确立了争取到2020年进入全球家电强国行列的总目标。

“十三五”时期，家电业发展环境和支撑发展的条件发生深刻变化。全球经济仍然难以完全走出危机阴影，贸易增长放缓。互联网技术快速发展，新一代信息技术与制造业深度融合，正引发影响深远的产业变革。我国正在经历一场消费结构升级的“革命”，进入到消费多元化、个性化时代，消费侧的升级、变化要求

技术创新能力显著提高

“十二五”末期，专利申请明显提速。2014年，海尔、美的、格力合计专利申请量超过1万件，其中发明专利占40%。“十二五”时期，格力、海尔、美的获得国家科技进步二等奖合计4项，而“十一五”时期全行业仅获得1项。

龙头企业竞争力提高

“十二五”期间，行业集中度进一步提升。2014年，空调行业集中度(前三家企业产量比重)为66.5%，比2010年提升6.8个百分点；冰箱行业集中度为44%，比2010年提升2.2个百分点；洗衣机行业集中度为52%，比2010年提升2.4个百分点。

节能减排工作实现突破

与2010年相比，2014年主要家电产品平均能效指数增长14%左右。“十二五”时期，我国实施《废弃电器电子产品回收处理管理条例》，并建立废弃电器电子产品处理基金。2013年，环境保护部确认各类废弃电器电子产品规范拆解处理数量达3987万台，处理企业共获得基金补贴33亿元。

国际竞争力稳步提升

到2014年末，我国家电出口规模约占全球出口市场的37%。

“十二五”期间，中国家电核心企业加快海外布局，同时，伴随中国家电产品设计与开发能力的成长，小家电企业正从传统的代工制造(OEM)向技术服务商(ODM)转变，代工模式有了质的升级。