

2017冷年行业产销规模均创历史新高——

空调业高温天不忘“冷静”创新

经济日报·中国经济网记者 周 雷

透视

在高温天气助推下,2017冷年我国空调行业产销规模均创历史新高。市场虽一片火热,但空调企业不忘“冷静”,在产品创新、商业模式变革等方面不断努力,练就过硬本领,摆脱对“靠天吃饭”的依赖。消费升级在今年火爆的空调市场中得到充分体现,智能化、高能效、环保、舒适成为空调业发展新趋势。

2017冷年(空调行业通常使用的统计周期,从前一年的9月份开始到当年的8月份),在高温天气等多重利好因素驱动下,我国空调行业产销规模均创下历史新高。目前,由中国家用电器协会与国家信息中心信息资源开发部指导、中国家电网主办的“2017—2018中国空调行业高峰论坛”在北京举行。国内主要家用空调、核心零部件制造企业代表,以及京东等渠道代表就行业运行情况及未来市场走势展开了研讨。

高温拉动销售火爆

2017冷年是空调业丰收年,企业生产经营十分红火。国家信息中心数据显示,2017冷年我国空调整体内销零售市场规模达5622万台,同比增长28.5%,销售额同比增长30.5%,创下历史最高纪录。其中,重点城市市场销售量为4062万台,同比增长30%;五级及农村市场销量1560万台,同比增长24.8%。

“对照历史数据,2017冷年是5年来空调销售增幅最高的年度。”国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹认为,席卷全国多数地区的持续高温天气、去年房地产市场火爆的滞后效应、城镇化进程加快、主流企业电商平台渗透率提升、四级及以下市场活跃度增强是2017冷年空调市场大幅增长的主要因素。

中国家用电器协会副理事长王雷表示,主要空调企业从去年9月份一直到近期都在满负荷生产,上游空调压缩机行业也是如此。从产量上看,2017冷年,中国家用空调行业,包括上游空调压缩机行业都创下了历史新高。

国家统计局数据显示,2016年8月份至2017年6月份,我国家用空调产量达1.65亿台,远超历史同期水平。

2017冷年空调市场行情如此之好,首先要归功于高温天气。北京市气象局高级工程师张明英表示,今年夏天高温天气来得早、高温范围面积大、平均气温数值高、极端高温破极值、高温天数多等特点,导致空调市场炙手可热。

摆脱“靠天吃饭”依赖

尽管空调行业被视为“靠天吃饭”的行业,但企业要想行稳致远,终归要靠自身过硬的竞争力。中国家用电器协会理事长姜风表示,消费升级热在今年火爆的空调市场中得到充分体现,智能化、高能效、环保、舒适是空调产业的发展新趋势,企业要继续加大对技术创新的投入,通过创新引领市场发展。

“空调企业自身在产品创新、商业模

式变革方面作出的努力,也对市场增长起到了不容忽视的推动作用。”中国家电网总编辑吕盛华表示,空调企业一方面通过丰富产品功能、提升产品性能,开发出智能、静音、舒适、无风感、艺术性设计的产品来满足消费者需求;另一方面则通过互联网定制、渠道扁平化、线上线下融合等营销模式创新,改变传统的“层层压货”商业模式,实现精准营销,加快产品流通与资金周转。

盘点2017冷年,空调市场在高速增长的同时,产品结构升级态势明显。国家信息中心数据显示,2017冷年智能空调快速放量,占整体市场销售量比例已达21.85%;价格在3500元以上的高端壁挂式空调、7000元以上高端空调柜机比例明显提高;产品生命周期在0到4个月的新品占比扩大,其背后是企业产品开发和新品市场化速度加快。

产品结构的变化在线上渠道亦有明显体现。京东家电数据显示,今年上半年京东平台销售的空调中,圆柱柜机、高能效空调和智能空调的销售额增长幅度分别达186%、222%、248%。

家用中央空调成为空调行业一大增长点。奥维云网数据显示,2017年上半年我国家用中央空调市场销售额同比增长44.2%,规模达180亿元。奥维云网空调产业研究院院长张彦斌预计,在精装修市场份额逐年稳步增加、“煤改电”等利好因素支撑下,家用中央空调市场仍将保持高速增长。

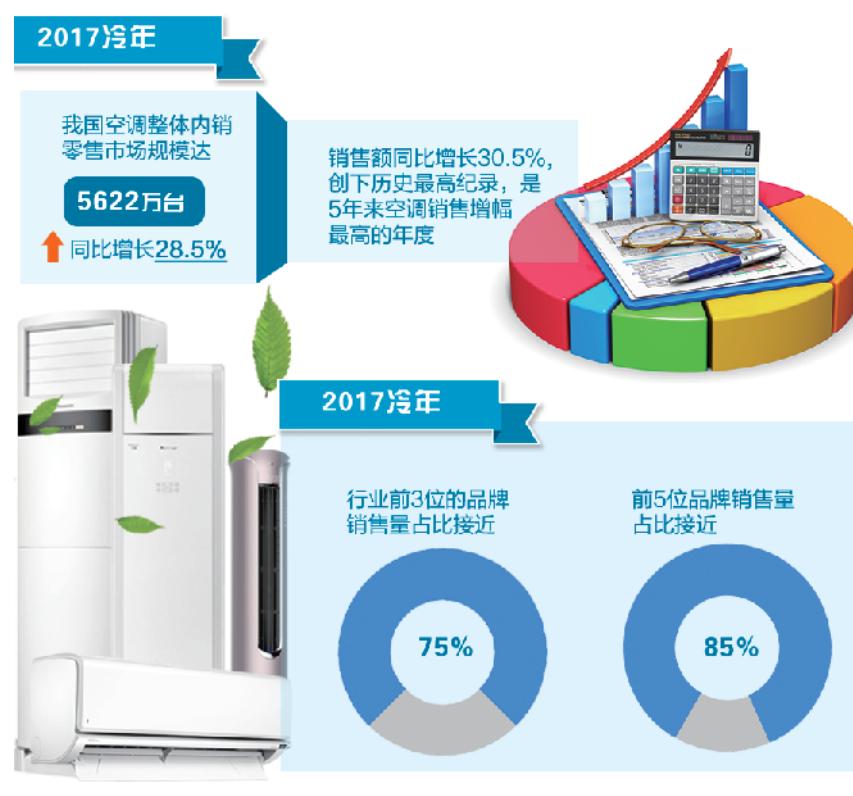
此外,大品牌主导市场态势更趋明显。国家信息中心数据显示,2017冷年,行业前3位的品牌销售量占比接近75%,前5位品牌销售量占比接近85%。尽管市场份额进一步向优势企业集中,但随着销售规模扩大,一些区域性小品牌开始进入市场,甚至一些传统渠道商、经销商也开始进入生产领域。

挖掘细分市场增量

在经历连续两个冷年的增长后,2018冷年空调市场会走向何方?参会代表大多持谨慎态度。专家预计,2018冷年我国空调市场整体规模相对稳定,天气是最大不确定因素,房地产市场走势不明朗也为行业增添了变数。

此外,空调行业还面临来自制冷剂政策层面的挑战。环境保护部环境保护对外合作中心项目三处副处长钟志锋强调,全球臭氧层保护和气候变化领域的政策动向应该引起我国空调制造企业高度重视。

目前,我国空调行业正在《蒙特利尔议定书》框架下加速淘汰消耗臭氧层物



系统拥有22项专利,其中发明专利15项。海尔希望通过为用户提供一体化洁净空气解决方案,拓展市场蓝海。

长虹空调国内营销公司总经理杨军表示,长虹空调在品牌建设上将以提高定位、推高卖贵为抓手,在产品上将以人工智能为突破口,提高产品的用户交互体验,与其他品牌差异化竞争,同时将挖掘特种空调等细分市场的增量空间。

“新冷年,扬子空调将坚持节能、环保、舒适的技术创新方向。”扬子空调器有限公司副总裁方钊表示,企业将扩大高能效产品占比,积极采用新型环保低碳制冷剂与绿色、可回收材料,推出令用户感受舒适的空调产品。

“不管未来市场走向如何,企业都要下功夫研究消费需求。”王雷强调,空调企业要加强产品创新、渠道转型、营销创新,通过好产品、好服务,在市场上立于不败之地。

链接

中国品牌亮相柏林国际消费电子展

据新华社电 (记者朱晟 田颖) 柏林国际消费电子展日前在柏林展览中心开展。展会吸引了1805家参展商,其中超过三分之一来自中国。

由中国商务部主办的中国家电电子品牌展及柏林国际消费电子展中国国家品牌展,汇聚了海尔、海信、长虹、TCL、格力、美的、格兰仕等众多中国顶级电子家电品牌,旨在宣传中国电子家电整体品牌形象,展示中国智能、环保、创新设计产品,让更多的欧洲消费者了解中国品牌。

由国家家用电器研究院主办的中国家用电器创新成果推介活动也同期举行,遴选出22个年度技术创新成果、32个产品创新成果、15个设计创新成

果、2个企业标准创新成果以及1个最具影响力家电品牌。

柏林国际消费电子展全球执行总监延斯·海特克表示,非常高兴看到大量中国企业参展,中国品牌和中国产品是展会上最重要的元素之一。

中国机电产品进出口商会副会长王贵清表示,中国已连续十余年成为全球最大的电子产品及家电制造大国,拥有雄厚的制造能力、完整的产业链和较高的标准化水平。

柏林国际消费电子展总监何彦思(德)对中国家用电器创新十分认可。他说:“中国家用电器行业是世界家用电器行业的一个重要部分,不仅在市场占有方面如此,在创新方面也是领先的。”

市场瞭望

增长速度快 人才缺口大

工业机器人产业需“固本培元”

本报记者 黄 鑫

在日前举办的第二届全国工业机器人技术应用技能大赛决赛上,工业和信息化部副部长陈肇雄表示,工业强国都是技师技工的大国,要高度重视和切实加强劳动者素质,大力培育支撑中国制造、中国创造的高技能人才队伍。

在这项国家级一类大赛的决赛现场,来自28个省区市,12家国有骨干企业选拔推荐的182名选手与300多台机器人同步操作,场面十分壮观。大赛试题注重生产实际,选择的是实际故障排除、离线编程等题目。“今年决赛,每个选手面对的是不同的题目,但难度是一致的,就是希望能充分体现出智能制造个性化定制与柔性生产的特点。”工信部教育与考试中心主任马蔷说。

中国已成为世界工业机器人的最大市场。据统计,今年1月份至7月份我国工业机器人产量已接近7.2万台套,同比增长57%。近5年规模增速基本保持在20%以上,成为全球机器人产业规模稳定增长的重要力量。

同时,中国对工业机器人和服务机器人的需求也持续大幅增长,成为全球最重要的机器人市场。据工信部装备工业司副司长罗俊杰介绍,工业机器人用户已从外商独资企业、中外合资企业向内资企业乃至中小企业发展。同时,服务机器人直接面对广大消费者,在未来具有比工业机器人更大的市场空间,随着深度学习技术的持续发展和“云服务”平台的广泛使用,家庭用机器人将率先形成数百亿美元的全球市场。

“在研发方面,我们坚持以点带面、小步快跑的原则,一方面抓住优势领域实现快速突破,另一方面强化基础研究推动整体提升。目前,语音识别、图像识别等技术已达到国际先进水平,机器人本体优化设计及性能评估、高速高精度控制等技术取得积极进展,控制器已接近国际水平。”罗俊杰说。

此外,继汽车和电子之后,工业机器人在五金卫浴、家具家电等行业也已得到日益广泛应用。除了家庭娱乐、情感陪护等一般场景之外,服务机器人在金融、医疗、康复、抢险救援等专业场景的应用也逐渐增多。

“工业机器人产业发展很快,但操作工业机器人的人才缺口很大。”马蔷表示,工业机器人应用领域是信息技术和制造业融合发展、适应新的科技革命和产业变革条件下急需加紧培养人才的重要领域。目前,职业技能竞赛作为选拔和培养高技能人才的重要手段,是培养创新型高技能人才的有效途径。

罗俊杰表示,要“固本培元”,进一步完善机器人发展的基础和环境。一方面,要强化能力建设,推进国家机器人创新中心建设,开展人机交互、柔顺控制、功能仿生、智能感知等关键共性技术和前沿技术攻关,打通产业化通道。另一方面,要搭建更多交流合作的载体,将鼓励重点企业与国内外高等院校、研究机构建立人才联合培养机制。

提升物流品质 保障食品安全

我国建设全程温控冷链物流体系

本报讯 记者齐慧、实习生侯辰颖从交通运输部获悉:近日,交通运输部发布《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的实施意见》,明确到2020年,初步形成全程温控、标准规范、运行高效、安全绿色的冷链物流服务体系,基本解决“断链”问题,全面提升冷链物流服务品质,有效保障食品流通安全。

交通运输部运输服务司副司长王绣春介绍,目前我国冷链物流运输环节“断链”现象较为普遍,运输装备技术水平低、行业监管不足、标准规范执行不到位,影响了冷链物流整体服务质量及安全保障能力。

《意见》重点围绕设施设备、运输组织、信息化、行业监管、配套政策等核心要素,明确了交通运输促进冷链物流发展的主要任务。一是加快完善冷链物流设施设备,严格冷藏保温车辆的市场准入和退出以及使用过程管理,提升冷链物流装备专业化水平;二是鼓励冷链物流企业创新发展,引导传统冷链物流企业转型升级,创新企业运营组织模式;三是提升冷链物流信息化水平,构建冷链物流温度监控系统,促进冷链物流信息互联共享;四是提高行业监管水平,强化对冷链物流运输环节温度监控的监管,开展冷链物流企业服务和信用评价;五是健全完善相关政策,优化城市配送冷藏保温车辆通行管理,降低冷链物流通行成本,确保冷链物流企业运输鲜活农产品依法享受“绿色通道”政策。

《意见》还明确了加快发展冷链物流的保障措施,要求健全完善部门协同机制,不断优化政策环境。注重冷链物流人才培养,提高冷链物流管理和操作人员知识水平和专业技能等。

民营联合体签约杭绍台铁路PPP项目

本报讯 记者李治国报道:日前,浙江省政府与复星牵头的民营资本联合体正式签署杭绍台铁路PPP项目投资合同。

杭绍台铁路PPP项目预计总投资约409亿元,项目资本金约占总投资的30%。其中,民营联合体占股51%、中国铁路总公司占比15%、浙江省政府占比13.6%、绍兴和台州市政府合计占比20.4%。

项目采用“建设—拥有—运营—移交”模式运作,由政府方授权项目公司负责投资、建设、运营、维护、移交等工作,并获取合理回报,运营期满后项目公司将全部项目资产无偿移交给政府方。项目合作期限34年,其中建设期4年,运营期30年。

据了解,杭绍台高铁项目正由上海星景股权投资管理有限公司(简称“星景资本”)负责具体实施。截至今年5月份,星景资本在全国范围内已锁定PPP项目规模约1000亿元,落地规模超200亿元,其中三个落地项目已入选国家第三批PPP示范项目。

本报编辑 于 泳

在首届中国智慧高峰论坛上,专家们认为传统企业应向智慧型转变——

未来智慧企业长啥样

本报记者 林火灿

行业观察

近年来,随着新技术的发展,越来越多企业转向智慧型。相比传统企业,智慧企业能够大幅提高数据精准性、业务敏捷性、流程可追溯性和监管智能化,培育出能够实时发现问题、应对风险、可持续发展的良好生态。

近日,在由清华大学技术创新研究中心与中国航天科工集团公司第一研究院联合主办的“2017首届中国智慧高峰论坛”上,中国航天科工集团公司第一研究院院长奚全生表示,航天科工正在加速推进智慧企业运营平台建设,力争在2018年完成对这一平台的规范化、标准化升级改造,并作为社会服务产品推向市场,推动中国智慧企业建设产业化发展。

“智慧企业不是传统企业的数字化、信息化、智能化,而是在企业实现业务大数据化的基础上,基于互联网、云计算、物联网等前沿技术,将先进的信息技术、工业技术和管理技术高度融合,从而产生全新的、具备自动管理能力的企业组织形态和管理模式。”奚全生说。

记者了解到,相比传统企业,智慧企

业的优势在于通过应用大数据、人工智能分析等先进技术,实现自身要素的智能感知、网络化传输、大数据处理和智能化监管,从而大幅提高企业的数据精准性、业务敏捷性、流程可追溯性和监管智能化,形成一种组织柔性和战略应变能力,培育出能够实时发现问题、应对风险、可持续发展的良好生态。

业内专家向《经济日报》记者表示,如果把智慧企业比作人体,那么智能制造体系就是躯体、四肢、五脏六腑,是智慧企业建设的基础。智慧管理体系则会成为大脑,将实现智能决策支持、智能经营管理、智能创新发展、智能资源管理、智能互联互通及智能科技协同六大功能。

奚全生表示,一家智慧企业建成后,

企业整体可以感知内外部变化,可以随

着数据量的采集,提高应对各类风险的能力,可以引领企业自我纠偏、自我提升、自我演进,从而预防企业决策者盲目决策、粗放决策;对于企业员工来说,智慧企业将他们从大量繁杂的事务性工作中解脱出来,将精力用在更具创造力的工作中;对于企业合作伙伴而言,智慧企业生态圈将打破“概念一初样—量产—市场”这种链条式生产模式,产业上下游之间可以互通信息。

记者了解到,为应对新一轮产业革命的到来,促进军民融合产业发展,中国航天科工集团公司提出了“数据驱动型+综合创新型”智慧企业及其运行平台建设总体思路和战略构想,并由旗下第一研究院承担智慧企业建设理论研究、实践等总体职责。

据了解,下一步,中国航天科工智慧企业建设将围绕创建“数据驱动型+综合创新型”企业这条主线,重点建设“智能制造体系”和“智慧管理体系”,二者相辅相成、共同促进,实现技术创新、商业模式创新和管理创新。