

供应商提供整体解决方案 整机厂拓展关键核心技术

家电业上下游联手“掘金”

透视

经济日报·中国经济网记者 周 雷

在当前市场重重压力下，家电业开始在产业链融合发展上寻找新的增长点。作为市场发展的迫切需要，家电产业链上下游合作变得尤为关键。上游供应商更多地向下游渗透，往往不是单一提供某一款产品，下游整机生产企业不断向上游延伸，不断拓展关键零部件和核心技术，上下游企业不断融合协作，一起探索新时代家电产业深化创新的各种可能性——



近日，中国家电及消费电子博览会在上海开幕，参观者在一组油烟机和灶具展品前驻足观看。 新华社记者 方 喆摄

当前，面对市场下行压力，家电业赚钱并不容易。下游整机厂的日子不好过，直接影响到上游供应商的经营状况。家电产业链上的企业应该如何携手掘金，共同突围？

近日，由中国家用电器协会指导、《电器》杂志社主办的第五届中国家电产业链大会（简称产业链大会），组织上下游企业及相关机构展开深入研讨，试图找寻家电产业上下游合作共赢的答案。

产业链正逢变革期

“中国家电制造有规模、有市场、有活力。但也要看到，与世界顶尖家电制造相比，中国家电制造依然欠缺对技术的探索、对品质的苛求，以及对品牌形象的呵护。”中国家用电器协会副理事长王雷说。

在王雷看来，中国家电产业迈入新的发展阶段，要强调“深化创新”。“深”字实际上是在提醒产业链上下游企业摒弃浮躁潜心钻研，厚积薄发。家电产业链上游正在焕发蓬勃活力，与整机厂的通力协作必须上升到战略高度。产业链上下游企业应客观分析已经取得的成绩和遇到的问题，探索新时代家电产业深化

创新的各种可能性。

“产业链上下游融合，变得越来越重要。”作为整机生产企业代表，海信家电集团股份有限公司副总裁刘文忠表示，家电产业链创新已经在上下游企业协同合作、共谋发展方面有突出表现。上游企业更多地向下游延伸，供应商往往不是单一提供某一款产品，更多的是提供模块化、一体化解决方案。同时，整机生产企业不断向上游延伸，不断拓展零部件和核心技术，寻求商业模式创新。所有这些创新，都充分体现出融合、协作和整合态势。

“家电产业链正在发生大变革。”作为产业链大会主办方负责人，《电器》杂志社主编陈莉发现了产业链变革的新动向。一是在市场压力下，要求产业链降低成本、提高效率。二是来自其他行业先进经验和原材料将会给家电产业链变革带来全新的可能性。

龙头企业率先出击

产业链上的龙头企业对于带动家电行业创新升级，具有牵一发而动全身的作用。因此，更需要认清方向，攥紧拳头，在核心领域和关键环节寻求突破。

家电行业的整体发展趋势直接关系到核心供应商的发展。作为白电上游龙头企业，GMCC&Welling 在压缩机、电机两大家电核心零部件领域具有重要地位。为下好先手棋，GMCC&Welling 对全球白电产品发展趋势作了研究分析，总结出五大趋势，分别是智能化、高端化、高效与集成、细分市场与个性化、健康与环保。

空调是家电中耗电大户，如何提升能效始终是该产品类的重要课题。GMCC 压缩机研究院院长徐浩分享了 GMCC 独立压缩技术助力空调行业能效跃升的案例。“为提升空调能效，企业从制冷原理循环最基础的理论分析入手，提出独立压缩技术，压缩机结合空调器系统循环协同优化，实现了能效大幅突破。”徐浩表示，无论在严寒还是酷热等恶劣工况下，独立压缩的压缩机均能为空调带来显著的能效提升效果。

时下，消费者更注重品质生活享受，一些白电发出的噪声让用户越来越不能忍受。对此，安声科技积极推动使用主动降噪技术解决白电噪声较大问题。北京安声科技有限公司创始人、CEO 刘益帆介绍说，主动降噪的原理是用喇叭发出和噪声相反的声波，抵消噪声达到安

消费需求与日俱增 产品订单稳步增长

天黑不打烊旺了“夜间旅游”

本报记者 郑 彬

行业观察

□ 当前，夜间旅游成为旅游市场的一大特色，愈发多元的“夜游”项目为城市的夜间经济注入了活力

□ 随着游客夜间旅游参与度越来越高、消费意愿越来越强，夜间旅游甚至已成为国家和地方经济高质量发展的新方向

□ 不少地方出台了发展夜间经济的政策，包括购物、餐饮、电影、灯光亮化工程，预计未来将有更多资源投入夜间旅游市场

都春节期间推出的“夜游锦江”吸引了16万人次参与。自2014年起，以三联韬奋书店为代表的国内24小时书店不断涌现，成为流行文化中一种特立独行的存在。

业内专家表示，如今愈发多元的夜间消费场景为城市的夜晚注入了活力。美团点评政府事务部高级总监程鑫介绍，美团平台大数据显示，2018年夜间餐饮消费同比增长47%，领先于日间餐饮消费45%的增长率2个百分点。夜间餐饮消费集中于晚上6点到深夜0点，这6

个小时的交易额占夜间餐饮消费总额的九成；晚9点到24点的消费额占到夜间餐饮消费总额的26.59%。

此外，夜间旅游已成为国家和地方经济高质量发展的新方向。为了促进经济增长和推动经济高质量发展，不少地方特别是一二线城市出台了发展夜间经济的政策，包括购物、餐饮、电影、灯光亮化工程，预计未来旅游企业将有更多的热情和资源投入夜间旅游市场。

不过，从目前情况看，受到安全问题、

静的效果。

据了解，目前全球拥有空间场主动降噪技术的公司为数不多，安声科技独有的创新主动降噪技术突破了高频限制，在降噪覆盖频率上能做到2600Hz。该公司投入研发主动降噪专用芯片，大幅度降低了主动降噪这一“贵族”技术的使用门槛，用一颗制造安静的芯片助力家电产业的创新升级。

创新兼顾深度广度

与会者普遍认为，推动家电行业发展除了产品创新、技术创新，还需要管理理念、合作模式以及跨界融合创新。王雷表示：“创新课题的深化和创新思路的开拓同样重要，有深度又有广度的创新才是中国家电制造发展壮大的源源动力，也是中国家电制造在世界舞台上博得领先地位需要不断强化的‘软实力’。”

事实上，家电业已经在协同发力方面开展了有益探索。去年，在中国家用电器协会指导下，由《电器》杂志与安徽万朗磁塑股份有限公司共同发起，由13家在制冷家电行业具有一定技术优势的中韩企业组成了制冷行业供应商生态圈（简称SERI）。SERI将传统配套模式下处于“孤岛”的各零配件“联结”起来，为世界一流制冷主机厂商提供更具价值的集成服务。

在本次会议上，该生态圈的工作进展受到广泛关注。“SERI中长期工作目标是成为家电行业零部件供应商技术认证商标，形成一个由技术融合、优质客户、模块化产品及相关知识产权构成的技术生态。”SERI运营总工程师许进表示，通过与各主机厂商交流，SERI在核心技术上响应产业升级需求，并从6个方面输出模块化设计方案。

据悉，SERI计划于2020年成员发展到30家，满足30个细分领域的模块化技术需求，打造一个技术类别完备的创新平台。

此外，新工具、新方法的运用也让一些家电企业尝到了甜头。作为对标创新中心的科理创智科技（天津）有限公司，是DFMA在中国的独家合作伙伴。该公司高级咨询顾问张剑杰表示，突破传统才能引领创新，从产品研发源头降低成本已在多个行业得到验证，DFMA作为源自美国的一套结构化、流程化全新设计方法论及工具，帮助众多世界500强企业大幅度降低了成本。

资料显示，自2013年起，美的集团多个事业部运用DFMA方法做了多款产品的降本及创新设计，平均成本降幅10%以上，生产效率提升15%以上。2018年，方太对旗下吸油烟机提出降本需求，通过DFMA再设计方案输出，装配时间缩短23%，零件数下降26.7%，总成本减少7.2%。

交通条件、产品丰富程度等条件制约，旅游企业仍无法满足游客在有限的时间内体验更多活动和服务的要求。为此，戴斌提醒夜间旅游项目参与者和投资者，发展夜间旅游不要忙于出政绩，不要忙着发声，不要政策和投资还没有落地就忙着搞花哨的颁奖盛典。夜间旅游不要仅止于灯光亮化，不能过于追求奢侈、豪华和震撼的效果，更不能有奇奇怪怪的灯光雕饰，要充分考虑公序良俗和群众感受，务必要理性务实地做好理论建设、政策设计、环境优化和产品策划。

“特别需要指出的是，发展夜间旅游不能总是往后看，更不能只是在民间民俗圈子里打转转，应以开放的思维汲取世界各国发展夜间休闲和夜间旅游的经验。”戴斌说，随着夜间旅游的兴起，必然会带来电力、自来水、地铁、公交、公共卫生、市政管理、安全保卫和应急救援等城市基础设施和公共服务的压力，需要城市管理部门加大相应的投入，提升公共治理水平。企业、政府和社会要共同努力提高夜间旅游服务质量，不断提升游客夜间体验，满足广大人民对美好假日旅游和美好生活的需求。

专家有话说



国内整体厨房设备市场的增长空间非常大，企业需要加强质量管理 and 创新能力，既要重视设计，又要增强产品品质

近年来，伴随消费升级，国内厨具需求大幅增长，我国整体厨房产业步入黄金发展期。但自2018年以来，受房地产市场下行等因素影响，行业增长速度暂时放缓，竞争加剧。

在近日由中国五金制品协会举办的整体厨房行业质量品牌提升行动启动仪式上，专家表示，以当前市场增速来看，国内整体厨房设备市场增长空间非常大，企业需要加强质量管理 and 创新能力，推出更多符合消费者需求的高质量产品，既要重视设计，又要增强产品品质。

据了解，目前我国每年新建住宅大约在10亿平方米左右，国内整体厨房设备市场拥有超1300亿元的市场规模，而且每年还在以15%的速度增长。在出口方面，海关统计数据显示，2018年，厨房设备行业出口额为24.18亿美元，同比增长5.44%。根据测算，我国的厨房设备拥有量相当可观，行业前景广阔。

作为民生消费的重要领域，家用厨房设备不仅是消费热点领域，也是消费者关注和投诉最多的领域之一。“整体厨房提升品牌质量须加强质量管理。”国家市场监督管理总局质量发展局副局长王海东表示，不同于一般的制造业，整体厨房所有生产经营过程往往更加注重设计，更强调个性化需求，但很多企业在营销方面花费的精力比较多，在生产制造环节花的精力较少。行业未来面临的竞争一定是质量的竞争，企业必须加强质量管理。

产品质量是企业竞争力的根本保障，在此基础上还需要开发更符合市场需求的产品。“当前，整个市场处于下行状态，在这种情况下需要思考的问题是什么样的产品才适合中国消费者的需要。”北京中怡康时代市场研究公司品牌中心总经理左延鹤说，经过调研发现，随着消费升级，四五千元以上的高端产品，包括高端抽油烟机、灶具、热水器的市场份额正逐年提升。同时，净水器、洗碗机等一些满足消费者新需求且市场占有率不高的新产品受到市场欢迎。

厨房设备的门槛虽然较低，但市场却非常复杂。由于餐饮文化不同，东西方烹饪方式差异较大，企业不可能靠一套产品打天下。厦门金牌厨柜股份有限公司研发总监林建旋认为，要了解中国人在厨房中如何烹饪，厨房设备的操作和特点是不是符合东方人身材，需要从设计和用户体验的最前端来解决质量问题。

在九牧集团董事长林孝发看来，企业一定要从传统制造业进入智能制造业才能有新的发展。转型不仅在于信息化、自动化、智能化，更需要在科技、节能、环保、高效上发力。

值得注意的是，从2018年开始，随着厨电、橱柜产品融合发展，整个行业开始从卖产品向卖服务、卖解决方案转型。同时，产品渠道也在发生变化，居然之家引入了厨电和家电，苏宁、国美开始有意设置家居卖场的陈列方式，线上线下全方位融合尚有许多探索空间。

总产量同比下降17.1%

国产自行车如何逆势而上

本报记者 武自然 商 瑞

近日，第十九届中国北方国际自行车电动车展览会在天津梅江会展中心开幕。富士达、爱玛、飞鸽、凤凰、永久等600多家厂商带着整车、零部件等最新技术产品齐聚展会。

中国自行车协会理事长刘素文公布的数据显示，2018年，全国自行车总产量达到7320.1万辆，比2017年下降17.1%，行业运行情况不容乐观。

谈到自行车产业，不得不提陷入资本退潮、负债累累的共享单车。对于部分自行车企业而言，确实面临着动辄上千万元、近亿元的应收账款无法收回，过多产能、设备无法消化的窘境。天津自行车协会理事长刘学权认为，共享单车领域虽然问题丛生，但也证明了国民出行的强大需求，让众多厂商看到了市场的潜力，确立了发展的信心。“共享单车让广大企业看到了市场，看到了希望，在共享单车热度逐渐降低之际，企业都在主动升级谋求转型，自行车产业也正在由传统代工向参与设计转变。”刘学权说。

在本届展会上，老牌自行车企业带头转型。以天津飞鸽为例，该品牌推出了多款特点鲜明、色彩亮丽的全新车型，天津飞鸽车业发展有限公司战略部副总经理阎宏向经济日报记者介绍，通过文创产业与自行车设计相结合，飞鸽为产品重新注入了活力。比如，“流浪地球”将文创理念引入自行车设计，定位于年轻时尚；“故宫典藏”则拥有复古风，打造国民用车、国礼用车理念。

创新方面，中国自行车行业协会提出了四个核心，即“核心技术、核心工艺、核心材料、核心零部件”，每一项都是在“核心”上求突破，在创新上下功夫。比如，微驰科技在深圳成立了研发工作站，将汽车整车锻造工艺引入了自行车车架生产，同时与多个电动车品牌合作，专门开展新车型研发设计；天津金轮与富士达都在开展新材料研发，其自主研发的多系列铝合金材料打破了国外垄断，实现了国产化；富士达则继续扩大产能，建立了第二条碳纤维生产厂，在工艺、工序创新方面专门成立了工艺提升部，专门研究工序改造、工艺流程，实现机器替人，提升生产效率。

在顶层设计上，中国自行车协会近日举行了闭门会议，正着手规划，建立有桩共享单车，自行车企业有望从中受益。

本版编辑 王薇薇 李 景