

2020年，中国家电业出口额增速为近十年最高——

今年家电出口还能继续“牛”吗

本报记者 周雷

产业聚焦

中国家用电器协会最新发布的数据显示，2020年，中国家电业累计出口额837亿美元，同比增长18%，出口额规模保持历史同期最佳水平，且增速为近十年来最高。

新冠肺炎疫情之下，中国家电业出口何以强劲增长？今年，家电出口会继续高歌猛进吗？

产业链优势凸显

2020年，中国家电业出口自6月份开始强劲反弹，实现了漂亮的V形反转。

“从增长动能来看，家电业出口的亮眼表现主要与疫情带来的海外需求增长以及部分海外生产订单回流有关。”中国家用电器协会执行理事长姜风指出，虽然海外疫情持续蔓延，部分中国家电主要出口国的疫情严峻，但居家生活和海外供应链的破坏给部分中国家电产品出口带来了机遇，加上中国家电企业积极开拓东盟新兴市场、政府加快出台稳外贸政策、跨境电商和海外电商等渠道快速发展等，都对中国家电业出口形成支撑。

在家电中，冰箱出口表现尤为突出。据海关数据显示，2020年全年累计出口冰箱6954万台，同比增长35.6%。其中，12月份，出口冰箱648万台，同比增长58.7%。在海外疫情持续蔓延的情况下，家庭存储制冷需求显著提升，带动冰箱出口猛增。一些出口企业开足马力仍满足不了海外市场的需求。

在小家电中，厨房小家电、环境清洁小家电等出口显著增长。格兰仕集团相关负责人表示，2020年，格兰仕微波炉出口保持两位数增长，电蒸炉、面包机出口增长高达200%以上。在北美市场，格兰仕自主品牌产品实现300%以上的增长。广东新宝电器股份有限公司发布的业绩预告显示，国外小家电产品需求旺盛，2020年公司国外销售收入预计同比增长近40%。家居清洁类电器龙头企业莱克电气股份有限公司出口业务也很红火，2020年公司出口同比实现10%左右的增长，特别是第三季度、第四季度出口业务大幅度增长，第四季度同比增加40%。

在姜风看来，面对全球疫情冲击，家电出口大增体现了中国制造的韧性。我国统筹推进疫情防控和经济社会发展工作扎实有效，家电上下游均恢复至疫情前的正常生产节奏，承接了部分海外订单，稳定地给各国消费者提供各类家电产品，产业链优势进一步凸显。

“企业高质量完成不同订单的交货，并在



在位于格兰仕中山基地的冰箱制造车间，工人正在装运销往美国的整机产品。

(资料图片)

全球范围内收获更多订单，得益于安全顺畅的全产业链。”格兰仕有关负责人表示。格兰仕历经多年的技术攻关，从磁控管、变压器到压缩机、电路板等，已实现核心零部件、元器件自我配套。与此同时，智能制造紧锣密鼓。2020年3月，格兰仕仅用50天就打造出一个年产能1100万台的健康家电示范基地，助力供需高效对接。

企业有喜有忧

海外订单纷至沓来的同时，家电业也面临原材料成本上涨、汇率和运费调整等因素影响，一些企业为赚钱难而叫苦不迭。一家代工企业负责人告诉记者，由于需求旺盛、供应不足，ABS、钢材、运费、劳动力价格等大幅上涨，其中原材料价格上涨30%至50%，加上汇率等因素影响，给企业带来巨大的经营

压力。

“家电企业提高了产品定价，并通过产品结构调整、新品上市缓解经营压力。”莱克电气董事长倪祖根表示，大部分企业不同程度地采取涨价措施。短期看出口型企业盈利能力会相对减弱，但长期看原材料需求也会回落，且由于订单量增加，总体盈利水平不会受到严重影响。

奥维云网家电事业部副总经理裴东敏分析说，中国家电业的高度竞争也映射到海外市场，出口产品低利润状况依然存在。部分企业存在大量接单但对成本预估不充分的情况。相较之下，龙头企业在采购、研发等多方面具备优势，积极推进海外市场布局，通过海外收购、自主品牌出口两条腿走路，海外经营利润实现连续增长。

海尔智家股份有限公司是中国企业坚持海外创牌拓展高端市场的代表。海尔智家依托全球采购、供应链、研发平台，充分发挥全球资源布局优势，克服外部环境带来的不利影响，实现业务持续发展。海尔智家2020年三季报显示，海外自主创牌实现高端品牌全面引领，海尔制冷、洗涤、空气3大业务在20多个国家位列前三。2020年第三季度，其海外经营利润同比增长58%。

美的集团2020年海外家电业务实现两位数增长，自有品牌业务保持高增长。公司在全球布局了28个研发基地、32个生产基地，在海外已形成Midea、Toshiba、Comfee等品牌矩阵，通过多品牌、多品类的组合服务消费者需求。

走势或前高后低

进入2021年，中国家电出口延续良好势头，企业举措积极。“今年以来，出口订单持续火爆，公司采取各种措施提高产量，以满足市场需求。

求。”倪祖根表示，2021年，莱克有信心继续扩大出口规模，实现吸尘器、园林工具传统业务稳定增长，空气净化、智能烹饪机、智能破壁机、吹风机等新品类也会陆续上市出口。

据悉，莱克今年采取的策略包括继续提高其独创品类或在全球范围内拥有技术创新优势的产品占比，并顺应锂电化、无线化趋势，开发更多富有竞争力的新能源产品。在聚焦欧美市场的同时，将努力开拓中东、东南亚等新兴市场。

“美的海外业务继续保持接单高增长势头。”美的有关负责人表示，2021年全球消费家电市场预计将出现恢复性增长，强者恒强，行业巨头可能会获得更大的发展机会，创新型企业引领全球消费升级，跨境电商的增长将会进一步改变消费者购物习惯。

2021年，美的将继续加大自有品牌投入力度，聚焦核心市场，完善产品储备机制以及本地化基础设施，推进数字化营销、本地物流及售后服务，进一步提升美的在全球市场的占比和美誉度。

2021年，家电出口或呈现前高后低走势。中国机电产品进出口商会家电分会秘书长周南分析认为，今年上半年，家电出口有望保持高速增长；下半年，随着海外疫情缓解，部分国家取消对居民的财政补贴，消费支出将减少，再加上2020年下半年高基数因素，家电出口增速很可能将降下来。

中国家用电器协会预计，2021年下半年家电出口或将恢复至疫情前常态水平。

裴东敏等人则表示，对于中国家电企业而言，出口订单短期内有增长空间。如何抓住全球家电产业格局的洗牌机会，提高对供应链的掌控力，在订单增长中寻求更高的品牌溢价和产品溢价，是中国家电企业需要深度思考的问题。

车市开局重现增长

本报记者 刘瑾

日前，中国汽车工业协会发布数据显示，今年1月我国汽车产销量分别达238.8万辆和250.3万辆，同比分别增长34.6%和29.5%，迎来“开门红”。继2019年、2020年连续两年1月份均以下滑开局后，国内车市在2021年终于重回增长轨道。

中汽协副总工程师许海东表示，这一方面是由于当前汽车产销延续总体较好势头；另一方面是由于2020年春节在1月，加之新冠肺炎疫情暴发，造成基数较低。

整体来看，车市总体需求稳定，乘用车销量增长贡献度保持在合理区间。1月，国内乘用车产销量分别为191万辆和204.5万辆，环比分别下降18.1%和13.9%，同比分别增长32.4%和26.8%。除交叉型乘用车外，其他乘用车类产销量均呈增长态势，轿车和SUV增速更为明显。

此外，商用车月度销量连续10个月刷新历史纪录。1月，国内商用车产销量分别为47.8万辆和45.8万辆，同比分别增长44.3%和43.1%。在商用车主要品类中，货车和客车产销量同比增长较快。

新能源汽车延续去年下半年以来的发展

态势，今年1月销量同比增长近2.5倍，连续7个月刷新历史纪录。与上年同期相比，纯电动汽车和插电式混合动力汽车产销保持快速增长势头，纯电动汽车增速尤为显著。这表明新能源汽车越来越受消费者认可，随着市场接受度逐渐提高，未来新能源车可能成为车市增量重点。

此外，在乘用车板块中，自主品牌增长也拉动整体销量攀升。1月，自主品牌销量为86.7万辆，同比增长42.6%，占乘用车销售总量的42.4%，同比增长4.7%。

中汽协副秘书长陈士华表示，2020年以来，自主品牌集体向中高端市场发力寻找新突破口，中高端市场份额的提升为自主品牌带来了更多可能，同时消费群体逐渐年轻化也给自主品牌提供了更多机会。

不过，在车市整体向好情况下，因汽车芯片供需失衡导致整车企业减产、停产的风波仍在持续发酵。由于芯片供应不足，1月国内汽车产销受到了影响。数据显示，今年1月国内汽车产量环比降幅较快，反映出汽车芯片供应不足影响企业生产节奏。

进入2021年，中国家电出口延续良好势头，企业举措积极。“今年以来，出口订单持续火爆，公司采取各种措施提高产量，以满足市场需求。

老旧小区改造撬动万亿元投资

本报记者 元舒

老旧小区改造短期内能快速带动投资增长，扩大内需，拉动消费。随着各地老旧小区改造步伐加快，对相关行业拉动作用越来越明显，建材、建筑装修、物业管理以及通信设备等行业都将受益，多个品类市场规模将扩大。

今年1月我国汽车市场开局良好



近日，住房和城乡建设部公布了2020年全国城镇老旧小区改造进展情况。根据各地上报情况汇总，2020年全国新开工改造城镇老旧小区4.03万个，惠及居民约736万户。

国务院办公厅印发的《关于全面推进城镇老旧小区改造工作的指导意见》明确，到“十四五”末，结合各地实际，力争基本完成2000年底前建成的需改造的城镇老旧小区改造任务。从各地初步摸查情况看：全国2000年底建成的老旧小区约22万个，涉及居民上亿人，拉动投资万亿元级。

据介绍，新一轮老旧小区改造由政府部门出资为主转变为政府部门、居民与社会力量合理共担。“老旧小区改造短期内能够快速带动投资增长，扩大内需，拉动消费，已经成为拉动经济的新动能。同时，老旧小区改造还能促进周边资源向需求和就业端转化，增强社区服务和治理能力。”

中央党校(国家行政学院)科研部高端智库管理处调研员徐晓明说。

随着各地老旧小区改造步伐加快，对相关行业的拉动作用也越来越明显，建材、建筑装修、物业管理以及通信设备等行业都将受益。市场人士预计，外墙涂料、塑料管道、水泥、建筑保温材料等多个品类的市场规模将得以扩大。

以新疆维吾尔自治区阿克苏市祥和里小区改造项目为例，该小区通过招商引资吸引企业参与改造项目，中国移动通信集团有限公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国电信集团有限公司等通过自行出资组织实施专营管线项目；铁塔公司出资20万元，在小区内设置2处自助洗车、6处130个非机动车充电桩、3处直饮水站；快递公司出资3万元设置2处快递柜。

值得注意的是，城镇老旧小区改造项目除了

业界点睛

日前，新世纪以来第18个指导“三农”工作的中央一号文件发布，“三农”工作的“重中之重”地位再次彰显。2021年是个特殊的年份，往远处看，是“两个一百年”奋斗目标的历史交汇期；从近来看，是“十四五”开局之年，全面落实党中央一号文件对于开好局、起好步十分重要。

绿色是农业的底色，农业农村现代化必须是绿色的现代化。文件第十二条为“推进农业绿色发展”，内容涵盖耕地保护、投入品减量、废弃物资源化利用、生态保护等各个方面，还首次对长江经济带和黄河流域农业农村面源污染综合治理、长江十年禁渔作出了安排。一分部署，九分落实，要充分认识任务的艰巨性，保持战略定力，科学施策，用好市场和政策两只手，稳步推进农业农村绿色发展。

要充分认识深入推进农业绿色发展的艰巨性。“十三五”时期，农业农村发展取得巨大成就，粮食产量稳定在1.3万亿斤以上。然而，由于种种原因，猪肉供给一度紧张，新冠肺炎疫情暴发以来，先后有十几个国家实行农产品出口限制，粮食安全的极端重要性进一步凸显。“十四五”时期稳产保供压力巨大，这对农业绿色发展构成严峻挑战。一方面，经济下行压力较大往往使环保容易“放水”的时候，要咬住青山不放松，不能有松劲、歇脚的思想；另一方面，要妥善处理好短期保供给和长期可持续的关系，坚决防止旧账未还再添新账。

要尊重农业绿色发展的科学规律。推进绿色发展的本质是促进人与自然和谐共生，必须遵循自然规律。农业最基本的自然规律就是种粮食就会产秸秆，养猪就会排粪。针对农业生产产出的秸秆、粪便等副产品，在政策措施上要疏堵结合，以疏为主，找到合理利用出路。此外，农业绿色发展具有阶段性，可划分为“去污、提质、增效”3个阶段：去污就是生产生活过程的清洁化，实现增产增收不增污；提质就是实现产地绿色化和产品优质化，通过完善市场实现优质优价；增效就是绿色成为驱动发展的内生动力，农业农村的多功能性逐步凸显，成为满足人们对美好生活向往的重要载体，绿色和发展相得益彰。

要充分应用市场手段。在推进农业农村绿色发展的过程中，将产生三方面的红利：一是化肥、农药、农膜等化学投入品减量和作物秸秆、畜禽粪便资源化利用带来的减排红利，二是产品质量提升带来的产品红利，三是产地环境改善带来的生态红利。要以“产品—服务—功能”的眼光来重新衡量农业的价值，通过生态补偿、发展绿色农产品、农业产业链延伸等手段将以上红利变成农业产值和农民收入，实现绿水青山和金山银山的转化。

要妥善利用政策工具。对“三农”的支持力度要继续加强，支持的方向要更加绿色。要综合运用补贴、试点示范、工程项目等手段，引导农业向绿色生态转型。探索耕地地力保护补贴与化肥农药减量、秸秆综合利用、农膜和农药包装回收等挂钩，开展区域补偿试点工作。

(作者系农业农村部农村经济研究中心经济体制研究室主任)

本版编辑 乔金亮 陶 玮

大力引导农业向绿色生态转型

金书秦

自身产生的更新改造投资以外，还会带动上下游更多行业发展，如家电、家具、家居装潢及汽车等消费需求。同时，完善休闲健身、养老托幼等设施也能激发居民对社区内餐饮、零售、教育、养老等的消费需求。

同时，老旧小区改造也给社会资本带来了新商机。北京愿景集团作为北京市朝阳区劲松北社区老旧小区改造过程中引入的社会资本，自2019年4月份起，先后对劲松北社区的公共空间、服务业态、社区文化等21大类51个项目实施改造提升。据北京愿景集团城区更新事业部总经理刘楚介绍，尽管初期投入大、回报周期长，但改造更新的市场将更加广阔。

值得注意的是，此前很多老旧小区没有物业服务，随着老旧小区改造提速，更多物业企业有了开拓新市场的机会。例如，北京市大兴区在开展老旧小区改造过程中，尝试引入物业企业。目前，大兴56个无物业小区已实现物业管理全覆盖。

此外，很多老旧小区有加装电梯的诉求，这也为电梯等相关企业带来了业务增长的机会。广州广日电梯工业有限公司有关负责人表示，公司高度重视老旧小区改造业务，不断提高产品的市场匹配率。公司组建了加装电梯业务专项小组，为业主提供前期申报、设计、安装等一条龙服务。