

# 重压之下 传统家电企业如何突围

为了提高盈利空间,智能化转型是传统家电企业的必经之路,即使现在成效不显著,但依然需要朝此方向努力。

“当前,我国家电行业逐渐失去成本制造优势,内外需短期都难以改善,行业亟待结构化转型,智能战略是传统家电企业升级转型的最佳路径之一。由于当前我国人均 GDP 已经高达 7485 美元,消费结构已经开始向更高层次转变,面对消费升级的大潮流,不仅仅是传统家电产品需要智能化升级,家电企业还应积极顺应市场潮流,发现消费者新需求,开发智能化各类功能性小家电,满足消费者更高层次,更多元化的消费需求。”中商产业研究院研究员王健说。

此外,中投顾问家电行业研究员任敏琪建议,欲使家电行业发展速度提升,需要引导消费者的升级换代需求。家电属于耐用商品,一些小家电的使用期在 3~5 年,一些大家电的使用期甚至长达 10 年,只有让消费者接受升级换代的家电产品,才能促进家电行业快速发展。为了提高盈利空间,智能化转型是传统家电企业的必经之路,即使现在成效不显著,但依然需要朝此方向努力。

据中国产经新闻报道,近日,四川长虹披露了三季报显示,前三季度,长虹营收 459.58 亿元,同比增长 11.13%;净利润亏损为 4.95 亿元,亏损幅度比去年同期增长近 2 亿元,比上半年增加 3 亿元。

无独有偶,深康佳 A 也发布了 2015 年前三季度的业绩预告。记者注意到,业绩预告称,截至 2015 年 9 月 30 日,前三季度将亏损 8.3 亿元至 8.8 亿元,去年同期盈利为 4757.93 万元;其中,第三季度的亏损约在 5.3 亿元至 5.8 亿元之间,去年同期净利润为 221.91 万元。

## 市场需求量普遍下滑

记者注意到,传统家电制造业的糟糕情况还远不止于此。TCL 多媒体公布,截至 9 月底至第三季亏损 4.38 亿元,去年同期盈利 5,868.4 万元,期内营业额增长 7.7%。

根据中华全国商业信息中心的统计数据,2015 年前三季度,全国百家重点大型零售企业家电零售额累计下降 6.0%,降幅和上年同期相比扩大 5.5 个百分点,但较上半年收窄 1.5 个百分点。

点。其中,9 月份家电零售额同比下降 6.6%,降幅较上年同期扩大 1.1 个百分点,增速较上月大幅下降 11.5 个百分点。

通过上述资料均表明,当前家电行业发展不容乐观,市场需求量下滑,导致一些家电企业出现亏损。值得一提的是,彩电行业进入低迷期,与近几年小米、乐视等公司做互联网电视有着密不可分的联系。

著名家电产业观察专家秋实在接受记者采访时分析,总的来讲是家电需求指数降低。主要原因有二:一是产能严重过剩,导致供需矛盾加剧,这是行业问题;二是市场问题,是最主要也是最根本的问题,那就是多屏时代的到来,导致彩电开机率持续走低。人们看电视已经从习惯变为偶然行为,记不起开电视已是大多数人新的状态,网络及移动终端替代 TV 已是大势所趋。用户消费行为的改变,将牵引传统制造业发展方向,尤其是彩电行业。新技术颠覆一个行业的案例比比皆是,与您多么优秀无关。

## 多重原因致家电遇冷

记者注意到,关于前三季度的亏损,深康佳 A 列出了四大原因。一是汇率变动,使得公司 6 亿美元的净负债产生了约 1.9 亿元的汇兑损失;二是退回节能补贴资金事项减少了约 2.2 亿元;三是今年前三季度不含大额非经常性收益,去年同期类似的收益为 4.05 亿元,主要为投资收益;四是公司管理层的频繁变动、主营产品市场价格的激烈竞争对经营和盈利有所影响。

中商产业研究院研究员王健在接受记者采访时表示,需求萎缩是国内家电市场低迷的最大影响因素。年初以来,国内经济增长疲软,房地产市场的显著收缩导致新增需求严重不足,而全球经济复苏减弱特别是主要新兴经济体均陷入发展困境,这导致出口减少,内销外销均受制约,库存高企,家电企业销售低迷,行业整体盈利不足。

秋实告诉记者,从宏观方面而言,主要受到宏观经济下行压力影响,制造业景气指数下降,技术创新动力不足;从微观层面讲,家电产品消费支出占家庭总消费的比例降低。教育、养老、医疗、旅游等消费占据了家庭总支出的绝大部分,普通消费者的安全需求和健康需求将成为主导型需求,这是至关重要的。

另外,秋实还表示,股市和房地产也锁定了一大部分中产阶层的财产性投资,可消费性支出受到绑定,从而影响家电市场消费。

## 求变

彩电行业出现整体性亏损或将成常态。彩电行业唯一的出路依然是转型,如还走过去的老路,不乏出现市场整体性进一步萎缩,竞争将更为惨烈。

“当前,我国家电行业逐渐失去成本制造优势,内外需短期都难以改善,行业亟待结构化转型,智能战略是传统家电企业升级转型的最佳路径之一,由于当前我国人均 GDP 已经高达 7485 美元,消费结构已经开始向更高层次转变。面对消费升级的大潮流,不仅仅是传统家电产品需要智能化升级,家电企业还应积极顺应市场潮流,发现消费者新需求,开发

智能化各类功能性小家电,满足消费者更高层次,更多元化的消费需求。”王健说。

在市场普遍低迷的情况下,转型无疑是家电厂家唯一的“救命稻草”。然而,转型也并不是一帆风顺的。

据已发布的《2010~2015 中国智能家居产业发展趋势与投资机会研究报告》预测显示,我国智能家居市场规模在 2015 年将达到 1240 亿元。2014 年被业界称为智能家居发展的“元年”,各大厂商都较为活跃。包括长虹智慧社区战略、TCL 的“双+”战略、海尔 U+智能家居平台、创维孵化酷开互联网子公司、美的推出创新中心。尽管这一年智能话题始终火热,但对家电市场的拉动作用却差强人意。

中投顾问家电行业研究员任敏琪建议,欲使家电行业发展速度提升,需要引导消费者的升级换代需求。家电属于耐用商品,一些小家电的使用期在 3~5 年,一些大家电的使用期甚至长达 10 年,只有让消费者接受升级换代的家电产品,才能促进家电行业的快速发展。为了提高盈利空间,智能化转型是传统家电企业的必经之路,即使现在成效不显著,但依然需要朝此方向努力。

关于家电业的转型,近期国家发改委官网公布了《家电能效“领跑者”实施细则》,仔细研读细则发现,此次细则的出台是引导家电行业转型升级,向节能环保方向发展。

(新华)