

# 家电之下 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,开发智能化各类型小家电,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远不止于此。TCL多媒体公布,截至9月底至第三季度亏损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。

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)

## 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