

行业动态

“中国家电之都”区域品牌连续五届落户顺德

本报讯 近日,中国轻工业联合会、中国家用电器协会共同组织专家组对广东省佛山市顺德区“中国家电之都”和北滘镇“中国家电制造业重镇”两个特色区域和产业集群称号进行考评,通过实地考察和会议评审形式,在当下激烈竞争的产业背景下,专家组一致同意将“中国家电之都”和“中国家电制造业重镇”的荣誉称号第五次授予顺德区和北滘镇。

顺德区及北滘镇于2006年分别被授予“中国家电之都”“中国家电制造

业重镇”称号,并相继于2011年、2014年、2018年、2023年成功复评。不同于中国轻工业联合会、中国家用电器协会颁发的其他称号,“中国家电之都”称号含金量极高,全国仅有一个,且连续五次均颁发给了顺德,这是来自国家级协会和专家的持续肯定,也是顺德家电产业优势彰显的实证。

中国家电看广东,广东家电看顺德。自获评荣誉称号以来,顺德区进一步发挥“中国家电之都”区域品牌辐射效应,通过村改扩容、数字赋能、梯

度培育、质量提升、设计增值、服务惠企等系列有效措施,推动家电产业综合实力和核心竞争力不断增强,顺德已经成为全国规模最大、最具竞争力的家电生产基地。目前,顺德家电总产量约占全国15%,出口额约占全国10%,家电产业本地配套率高达80%,全区现有家电产业生产及配套企业3000多家,家电近五年产值年均复合增长率达13.9%。

专家组先后实地考察了小熊电器、德尔玛、美的集团、广东工业设计

城等家电产业链上的制造、研发、设计等各个环节代表性企业,与顺德家电商会、美的集团、格兰仕、海信家电等重点企业进行了意见交流,并听取了区、镇两级的家电产业发展情况汇报。专家们对顺德家电产业的发展给予了高度评价,认为顺德家电产业规模领先,品牌效应突出,产品品类丰富,产业配套完善,优质企业集聚,技术创新能力强,产业生态丰富,政府高度重视,企业服务意识强。

(宗禾)

2024年中国家电及消费电子博览会正式启动 推动智能科技赋能行业发展

本报讯 (记者 暴梦川) 8月16日,记者从中国家电及消费电子博览会(以下简称“AWE”)组委会获悉,2024年中国家电及消费电子博览会(以下简称“AWE2024”)正式启动。作为全球家电和消费电子领域的顶级科技盛会,AWE2024定于2024年3月14日—17日在上海新国际博览中心举办。

据了解,AWE2024以“智能科技,创享生活”为主题,旨在强化AWE科技型展会属性及技术创新引领优势,推动与见证智能科技赋智、赋能家电及消费电子行业发展。同时,通过智慧生活全景呈现,将创新与体验相结合,加速前沿产

品在消费端的落地,让智能科技为生活增添价值,为消费者“创享生活”。

中国家用电器协会副理事长徐东生在接受采访时表示,AWE将坚持科技型、创新型、数字化展会的品牌发展理念,继续强化科技以及消费趋势的引领作用,吸引更多高科技、新品类、新产品的企业参与。AWE2024将聚焦家庭生活场景,根据技术创新、消费趋势和市场需求,打造更多细分生活场景,提供更多的场景化体验,推进跨界发展和产业融合。”

据悉,AWE2024展馆规模将达到14个,展示面积超过16万平方米,展示内容将以智能科技为重点,聚焦“个性

化、定制化的智慧家庭解决方案”“极致、时尚、舒适、便捷的产品体验”“绿色、低碳、可持续发展理念”等行业前沿趋势,并形成智能家电、消费电子、智能厨卫、智慧娱乐、智慧健康等核心产业集群展区。大到智慧城市、智慧医疗、智慧出行、智慧教育等智慧生活解决方案,小到VR/AR、可穿戴设备、母婴萌宠、服务机器人、户外电器、电竞外设等创新产品都将AWE2024上展出。

“AWE2024将通过与更多伙伴的合作,共同推出更多互动性展示活动,拓展诸如投资者、工业设计师、家装设计师、时尚消费达人、高校学生、电竞、

美食、礼品、户外等不同圈层参与,进一步提升展会的影响力和吸引力,为消费者和合作伙伴们创造更多价值。相信通过我们的共同努力,未来的AWE将持续成为科技创新的风向标,引领家电及消费电子行业的发展。”徐东生表示。

此外,在AWE2024期间还将举行AWE高峰论坛、“未来家”高峰论坛等活动,并邀请业内人士共同就行业宏观发展、技术创新、健康低碳、智能化未来等话题展开深入探讨。而拥有“全球智慧生活领域奥斯卡”美誉的AWE艾普兰奖也将展开评选。

“昙花一现”式增长后 厨余垃圾处理器如何才能再“出圈”?



2019年6月,生活垃圾分类制度入法;2019年9月,上海成为我国第一个垃圾分类试点城市;2020年,我国在46个重点城市先行先试,要求基本建成生活垃圾分类处理系统。政策导向之下,人们对垃圾分类的接受程度得到一定程度的提高,厨余垃圾处理器在彼时也迎来一波热潮。

但厨余垃圾处理器的热度似乎只是昙花一现,宣传垃圾分类的声量渐小,其市场热度也随之锐减。奥维云网数据显示,2023年上半年,厨余垃圾处理器全渠道零售额4.4亿元,同比下降27.6%。

“昙花一现”式增长 短期内发展不容乐观

“小区里每天定时定点有人来收厨余垃圾,我觉得家中没必要再买厨余垃圾处理器。”家住北京市西城区的李先生

对记者说,他们社区每天上午和下午有两个时间段,会有专人来回收厨余垃圾,同时给倾倒厨余垃圾的人积分,积分可以定期兑换湿巾、卫生纸等物品,以此来激励居民。家住北京市通州区的崔女士则表示没听说过厨余垃圾处理器,她周围也没有人在使用这个产品。”

在记者的随机询问中,“没必要”和“没听过这个产品”是大多数人对厨余垃圾处理器的认知态度,而这也是当前该产品面临的主要问题。对比欧美很多国家基本家家都安装了厨余垃圾处理器,该产品在我国市场普及率还很低。

2001年我国将厨余垃圾处理器列为住宅装修的重点发展项目和推荐配套产品,并在次年将其作为厨房配套推广方案,最初应用于高档小区住宅,随后逐渐在普通小区得以应用。虽然其进入我国市场已有20余年,但因市场教育、厨房环境、污水管网等多种原因,厨余垃圾处理器只在几年前重点推行垃圾分类时有过昙花一现的热度,现在又渐无声量。

谈及这一市场现状,有业内人士对记者表示,当前我国民众的消费意识和消费习惯尚未形成,此外,我国下水管道相对较窄,如果个别地方的污水处理能

力较弱,则会造成下水管道堵塞。奥维云网厨电大数据事业部高级研究员王紫仪分析说,预计未来3年内,厨余垃圾处理器零售端仍旧维持下降态势,“行业受消费降级、洗碗机市场增速放缓等因素影响大,市场未来发展情况关键取决于国家政策和对消费者的教育。”

“短周期内,就目前行业参与度、产品活跃度来看,规模会持续收缩,国人认知度、接受度还需要被培育。”GFK中怡康厨小事业部的资深分析师高曼谈到,“长期来看,市场还是被看好的,技术及产品创新将会成为品牌进入竞争的切入点,产品的更新升级也将会不断丰富厨余垃圾处理器的内涵。”

市场如何才能破局?

目前,我国厨余垃圾处理器市场品牌集中度较高。奥维云网数据显示,2023年上半年,厨余垃圾处理器线上TOP5品牌零售额集中度达73.1%,这一数据虽然较去年同期均略有下降,但TOP5品牌的市场地位仍不可撼动。其中,国产品牌贝克巴斯占据超三分之一市场份额,龙头地位稳固;爱适易、海尔、威斯特朗、复旦申花等品牌竞争激烈,市场份额差距较小;此外,美的、云米、荣事达等品牌也都在布局厨余垃圾处理器赛道。

在产品功能发展上,伴随技术的精进,厨余垃圾处理器在使用体验上已经

得到一定提升,且向着智能化方向发展。例如,智能自动反转功能由内置芯片监测研磨系统工作状态,当研磨系统被坚硬食物垃圾卡住不能运转时,即时启动研磨系统反向运转,有效降低卡转几率,提高垃圾处理效率;定时关机功能防止忘记关机而造成的电机损坏;无线开关则无需工具打孔随处可贴,免安装操作更便捷;智能控水配件可以满足多种使用环境需要等。

高曼坦言,虽然目前已有《家用和类似用途电器的安全废弃食物处理器的特殊要求》和《废弃食物处理器》两项国家标准实行,对垃圾处理器安全和使用性能提出了具体要求,“但是,对于能效、水效,以及健康功能的相关标准有待完善”。

此外,安装问题和售后问题也都影响着用户的使用体验。“国内管道不是标准化,垃圾处理器需要一家一户适配。”王紫仪进一步表示,部分产品频繁出现卡机漏水等问题都有待解决。同时,她也针对当前厨余垃圾处理器市场现状提出了三点建议,“首先,在抖音、小红书等平台‘种草’,头部品牌加强对品类声量的打造;其次,将厨余垃圾处理器和集成水槽、洗碗机、净水器等热门品类作为集成洗净中心推广;最后,提升产品的售后服务质量,因为售后服务质量不仅影响消费者的使用体验,还关系到品类的普及和渗透。”

(中国新闻网)

市场观察

制冷电器出口“火力”旺 多家企业订单暴增

随着海外多地气温极值不断刷新,空调、电风扇、冰箱等制冷电器销量走高,出口量大幅增长。虽然已至8月份,但部分制冷整机及零部件厂商依旧出现爆单现象,加快排产。

受厄尔尼诺等现象影响,今年全球夏季气温升高明显,制冷降暑类家电需求随之暴增。虽然国内秋季将至,但由于全球各地季节不同,今年多地高温提前来临,加之欧洲、北美等地消费回暖,带动制冷电器需求量大增,相关企业订单量上涨。”中国家用电器商业协会秘书长张剑锋对记者表示。

厂商纷纷抢抓“清凉经济”

全球多地的持续高温催热“清凉经济”,也带动我国制冷电器出口持续火爆。

“海外销量今年以来明显转暖,今年1月—6月,长虹国际空调销量持续增长,收入同比提升25%,产能同比提升47%;渠道拓展成效显著,新开发客户

正加足马力满足持续升温的海外市场需求。”

国内家电企业能够迅速满足全球多地市场的需求量,与其已建立起本土化的供应链体系息息相关。目前,四川长虹、美的集团、TCL等企业在海外多地拥有完整的空调生产体系,从压缩机到空调整机都有自己的工厂,部分输往全球。

在海外产能方面,美的集团此前就在财报中透露,公司加速推进“中国供全球+区域供区域”模式,去年埃及生产基地和泰国空调新基地完成建设和投产,进一步完善主要家电品类的海外产能布局。今年以来,美的集团在楼宇科技等方面积极开拓北美市场。

月兔空调市场部负责人对记者表示,“今年以来,截至目前,月兔主流型号家用空调出口数量为7万套,同比增长45%。”

容声冰箱主要产线已维持近一个月的满负荷运转。该公司负责人表示,“由于外贸出口订单量暴增,公司

化步伐在今年明显加快。长虹上述负责人表示,截至目前长虹已覆盖全球160多个国家、地区。过去三年,长虹海外收入每年约为200亿元,占总收入的两成以上。今年一季度,长虹的海外整体销售收入更是突破了同期历史新高,预计今年海外市场对制冷产品需求整体趋暖。

另外,随着北半球很多地区温度居高不下,空调、冰箱等大家电出口销量爆单的同时,电风扇等“清凉电器”也持续走红海外市场,带动制冷机组零部件等需求量大幅上涨,厂商纷纷抢抓“清凉经济”。

南京天加环境科技有限公司海外产品总监吴志国近日对外表示,今年公司向中东、东南亚出口的传统空调制冷机组订单量均同比增长了50%以上。

联德股份预计,今年整体压缩机零部件销量有望增长。随着全球空气压缩机和制冷压缩机市场规模的持续稳定增长,为核心部件企业提供良好的发展机遇。

企业积极调整排产

空调品类的火热显然并未停息,空调企业纷纷调整排产,以适应新的销售需求。

奥维云网最新排产数据显示,今年7月份空调企业总排产1483万台,其中内销排产1052万台,同比增长30.9%;出口排产431万台,同比增长12.6%。今年7月产销趋势依然向好,总体数据持续稳步提升。进入8月份,在出口订单增长趋势延续之下,企业依旧积极排产。

奥克斯等企业负责人对记者表示,目前均在加紧排产以满足海外需求。德昌电机股份相关人士透露,今年前6个月,公司电风扇出口额同比增长26%。

“家电产品出口升温受全球经济、原材料价格、物流运输成本等综合因素影响。东南亚、中东等新兴市场成为本轮出口增长亮点,市场潜力巨大。”钉科技创始人丁少将对记者表示。

在中国机电产品进出口商会家用电器分会秘书长周南看来,气温升高让制冷电器热销海外。中国作为空调等制冷电器生产大国,企业也在积极调整结构增加低能耗产品供应,推动出口产业升级。

对此,丁少将认为,目前来看,相关主力企业都在加快排产,在海运成本下降的情况下,积极推动出口。企业在加快绿色低碳技术升级的同时,要加强自主品牌建设和多市场开拓布局,以增厚出口规模和利润水平。

(证券日报)

家电转型升级
激发消费潜力