

# 家电行业信息 速递

中山市家用电器行业协会 广东省公平贸易工作站 编

2021年 第3季

## 目 录

### 协会动态

中山市家用电器行业协会 2021 上半年工作总结及下半年工作计划	1
品牌，为民营经济加注“新动能”——南头镇“攻坚 2021”民营经济大讲堂成功举办	6
AI 赋能新智造——天猫精灵×中山家电生态接入方案对接会成功举办	8
推动创新做标准，完善体系促升级——小家电和燃气具产业标准体系宣贯会顺利举办	11
诚信守重 推优荐优——我会 80 家会员企业获“守合同重信用”企业称号	13
中山市第十一次质量管理（QC）小组活动成果发表赛成功举办	15
民盟中山市委员会电子科技大学中山学院支部前往我会开展专题调研	17
重忆党史铭初心，砥砺奋进担使命	20

### 会员风采

TCL 空调柔风技术荣获 2020 年度广东省科技进步奖	24
“消费者喜爱的中国品牌 100 强”揭晓：华帝实力上榜！	25
亿联智能中山产业园项目开工仪式圆满成功	28

### 特别关注

后疫情时代家电业的新挑战来了！	31
暂时安全？家电芯片供应乱世求稳	32
原材料涨价、海运紧张、汇率波动 冰箱出口吸引力不再？	34
内卷化对家电企业的伤害超出想象	37
厨电行业迎来结构换挡期，开启新一轮竞争	38
加速高端化转型，我国智能电视行业逆势崛起	41
撕掉“舶来品”标签 新兴厨电释放纯增量空间	43

### 政策导向

燃气灶新国标 2022 年实施，结束开孔不统一乱象	45
关于印发中山市工业和信息化局省级财政专项资金管理实施细则（暂行）（2021 年修订版）的通知	47
关于印发中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则补充规定的通知	52

### 公平贸易

几乎所有中国彩电产品均被列入美加征关税清单 3 或清单 4	56
商务部：中美经贸领域已开始正常沟通	57
华南疫情影响港口效率 家电出口高速增长遇压力	58
中国家电出口额在全球贸易中的比重为 38%	60



# 为天地立心 为珠三角五金机加工立命

09/09 THU 2021 09/11 SAT

展会地址:

深圳国际会展中心

SHENZHEN INTERNATIONAL CONVENTION AND EXHIBITION CENTER

联系电话:

0755-2369-6381

# 大湾区 五金机加工零配件 及设备采购会

GRAND SHENZHEN BAY  
MACHINUFACTURE  
& MACHINE MESSE

大湾区五金机电采购交易会



CONTACT US

# 中山市家用电器行业协会 2021 上半年工作总结 及下半年工作计划

2021 年上半年,随着海内外疫情逐步受到控制,世界经济显示复苏迹象,社会生产生活秩序恢复正常。受此影响,国内家电市场呈现了快速发展态势。奥维云网数据显示,2021 年上半年,全国家用电器行业营业收入 8291.7 亿元,同比增长 33.1%;利润总额 498.1 亿元,同比增长 14.7%。站在两个百年奋斗目标的交汇点上,家电产业既有机遇又临挑战。《“十四五”循环经济发展规划》、《广东省发展智能家电战略性新兴产业集群行动计划(2021-2025 年)》、《中国家电工业“十四五”发展指导意见》出台,为家电行业发展指明方向。

然而,家电企业所面临的原材料价格上涨、海运物流不畅、芯片供应紧张、汇率波动较大、用工成本上升等诸多困难仍在延续,以致企业经营成本不断上升,利润空间不断受挤压。我会协助政府收集整理相关情况和数据,围绕当前行业痛点难点,邀请专家深入企业走访调研,就缺芯、少柜、人才不足等方面“把脉问诊”。此外,举办相关专题培训,进行技术对接、供需对接,组织参展观展,帮助企业拓宽视野,深挖国内外市场,为企业高质量发展注入新动能。同时,强化党建思想引领,切实发挥我会党组织战斗堡垒作用以及党员先锋模范作用,以高质量党建推动高质量发展,不断提升我会战斗力、凝聚力。现就上半年工作汇报如下:

## 一、深入调研摸实情

(一)为进一步帮助会员企业梳理解决航运出口痛点难点,积极与中山市物流协会协调沟通,分析探讨应对措施,邀请专家与会员企业开展面对面、一对一座谈,并结合企业实际需求,探讨如何整合和优化物流供应链。

(二)“招工难”是困扰企业发展的瓶颈问题,其中对技能人才的需求更为突出。我会广泛收集会员企业引进、培育、留用技能人才等方面的需求,与中山市人力资源和社会保障局就如何精准开展产业工人技能培训、如何在先进制造业项目单位及企业推行现代学徒制和企业新型学徒制、如何根据企业需求出台高层次人才培育扶持政策等方面进行交流探讨,初步达成政、校、企合作意向,建立由政府指导,院校、企业、协会多方力量参与的中山市技能人才培养评价联盟。

(三)为帮助会员企业缓解芯片短缺问题,提升 MCU 利用率,积极寻找相关供应商,与芯片领域专家走进企业,就芯片短缺情况给出建议,企业表示认可,并与相关供应商达成了开发定制适合产品的单 SOC 方案合作意向。同时,对提出需求的电磁炉、电饭煲、电风扇、加湿器、指纹锁等小家电企业,与相关负责人沟通交流,深入了解生产情况,进一步评估方案应用在自身产品的可行性,量身定制芯片解决方案。

(四) 协助民盟中山市委员会电子科技大学中山学院支部开展《推动中山家电产业高质量发展的对策与建议》专题调研，并走访我会广东龙的集团有限公司、广东伊莱特电器有限公司，围绕企业目前发展现状、发展战略、所获得政府支持及实际效果、企业目前发展所面临的主要困难，以及促进中山家电行业高质量发展，对政府有何建议等议题与企业深入交流。调研组听取企业发展情况和诉求后表示，将认真汇总吸收大家的意见建议，在综合实地调研成果和各方意见建议的基础上，形成报告和提案，为推动中山家电产业高质量发展建言献策。

## 二、精准施策保生产

(一) 通过前期的调研走访，我会积极与企业进行沟通交流，整理汇总了企业对芯片的需求，并于5月25日举办了“天猫精灵×中山家电生态接入方案对接会”，邀请了相关领域专家团队，从降维替代和一芯两用的角度，深入讲解SOC智能家电设计思路，帮助企业解决主控芯片缺货问题，以更低的成本、更高的效率实现智能化升级。

(二) 在经济发展进程中，中山形成了一批特色鲜明的产业集群，面对传统产业转型升级压力，通过建立系统、完备的产业标准体系，对规范产品市场竞争秩序，推动传统产业高质量发展具有重要意义。去年，我会协助中山市质量技术监督标准与编码所深入企业调研小家电和燃气具产业标准体系构建，发掘企业标准化需求，了解产业链标准化现状，并向会员企业收集调研表。经过专家评审，《中山市小家电产业标准体系》和《中山市燃气具产业标准体系》于2020

年12月18日获得中山市市场监督管理局批准发布。为进一步发挥标准化对企业产品质量提升的基础性、引领性、战略性作用，2021年5月27日，我会联合中山市市场监督管理局南头分局举办中山市小家电和燃气具产业标准体系宣贯培训会，帮助会员企业全面了解《中山市小家电产业标准体系》和《中山市燃气具产业标准体系》，促进标准体系的贯彻落实，持续推动中山市小家电和燃气具生产企业的精细化、标准化和规范化发展。

## 三、“展”现未来抓机遇

(一) 中国家电及消费电子博览会(AWE)是洞察行业发展趋势，展示企业形象和实力的最佳窗口。自2012年起，我会积极组织中山家电企业参展AWE，参展企业逐年上升，展位面积逐年扩大。仅2018-2019年两年间，AWE参展企业合计申报中山市展览专项补贴资金577,848.4元。今年3月23-25日，来自中山市南头镇、东凤镇、黄圃镇、小榄镇等中山家电特色小镇的TCL空调器(中山)有限公司、广东格兰仕集团有限公司、广东奥马冰箱有限公司、华帝股份有限公司、中山市龙的智能电器有限公司、广东伊莱特电器有限公司等71家企业亮相AWE，参展面积达3,800多平方米。我会会长陈绍林率队赴上海参与了此次盛会。

此外，4月12-15日，在首届广州国际电子及电器博览会上，我会组织33家中山小家电企业组建中山展团，集中展示红酒柜、电风扇、电煮锅、电子饭盒、电烤炉、电热水壶、养生壶等跨境电商中的网红产品，助力企业抢抓RCEP和粤港澳大湾区发

发展机遇，开拓国际国内市场，扩大中山品牌影响力，构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

（二）智能制造装备是制造业转型升级的关键，对提升企业工业自动化水平，减员增效具有重要作用。一直以来，我会把组织会员企业参观智能装备展、机械展作为企业智能化、数字化转型的重要途径，帮助会员企业提高“智”造水平，进一步推动中山家电产业转型升级。2021年上半年，我会分别组织会员企业参观了在中山博览中心举办的第二十一届中山机械展，在广东珠海国际会展中心举办的第十届江门先进制造业博览会，在深圳国际会展中心举办的第三十四届中国国际塑料橡胶工业展览会，在广州保利世贸博览馆举办的 IEAE 广州国际电子及电器博览会暨华南电子产品电商选品展，在深圳国际会展中心举办的 2021 ITES 深圳国际工业制造技术及设备展览会暨第 22 届 SIMM 深圳机械展，在广州·中国进出口商品交易会展馆举办的广州国际工业自动化技术及装备展览会。

#### 四、擘画蓝图谋发展

（一）3月6日，第四届第二次理事会暨春茗联谊会在广东奥马冰箱有限公司召开，会长陈绍林、常务副会长姚友军等全体理事成员出席了会议。会长陈绍林从疫情防控、复工复产、资源对接、党建引领和社会服务等方面全面回顾了 2020 年开展的各项工作，筹划部署了 2021 年重点工作。会议还审议通过了《2020 年财务工作总结和 2021 年财务预算》，通报了理事、监事变更名单和新增会员企业。会上，常务副会长姚友军

分享了如何通过“营销创新”，在激烈的市场竞争环境下，变挑战为机遇，保持企业发展的续航能力。

（二）5月21日，在南头镇党委、政府举办的“攻坚 2021”民营经济大讲堂上，会长陈绍林作为首位开讲嘉宾，为与会企业家分享了品牌建设管理课程。如何去创建强势品牌？他围绕品牌的策划、品牌的传播和品牌的品牌的管理等方面进行了深入讲解。内容紧贴行业发展形势，既契合民营企业发展实际需要，又有理论高度和实践厚度，是塑造民营企业竞争发展新优势，推动产业升级、提质增效，提升中山家电企业品牌软实力的重要一课。

（三）广东省“守合同重信用”企业公示活动是推动企业诚信建设、社会诚信建设的重要力量。作为首次获得中山市市场监管局授权，成为广东省“守合同重信用”企业公示活动的核查推荐社会组织之一，我会通过官网、邮件、微信公众号等信息交流平台及时向会员企业传达公示活动有关文件内容，发动会员企业积极参与，并帮助企业组织申报材料。在广东省市场监督管理局发布的“2020 年度广东省守合同重信用企业”公示名单中，我会 80 家会员企业荣获此称号。其中，连续公示年度 20 年有 8 家企业，连续公示年度 10-20 年有 17 家企业，连续公示年度 5-10 年有 9 家企业。

（四）2021 年，为推动消费维权社会协同共治，营造安全放心的中山家电消费环境，会员企业积极参与广东省经营者“放心消费承诺单位”和“线下无理由退货承诺店”公示活动。在今年 3·15 消费者权益宣传日，

我会紧紧围绕“守护安全 畅通消费”主题，在中山市南头市场设置咨询宣传台，免费为广大消费者提供家电使用安全咨询，提醒消费者尤其是老年人，要提高安全消费意识，合理消费。不购买三无家电产品，使用前需认真阅读说明书，安全使用家电产品。

### 五、重忆党史铭初心，砥砺奋进担使命

今年是中国共产党建党 100 周年，百年党史记录着我党波澜壮阔的发展轨迹、不懈奋斗的艰辛历程，也见证着举世瞩目的伟大胜利，为我们带来无穷的智慧和宝贵的经验。我会党支部坚决贯彻落实党中央重大决策部署，以党史学习教育作为重要契机，从党史中汲取智慧和力量，激发广大党员学党史、悟思想、办实事、开新局的学习和实践热情，更加树牢“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”，切实将党史学习教育成果转化为推动企业发展的新动能。在 2021 年上半年，先后开展形式多样的特色党建活动：

（一）7 月 1 日，组织全体党员和入党积极分子观看中国共产党成立 100 周年大会现场直播，与全国人民一起共同庆祝党的生日，聆听习近平总书记重要讲话，感受中国共产党从 1921 年到 2021 年百年栉风沐雨走过的不平凡历程。

（二）参加了南头镇“攻坚 2021”民营经济大讲堂，认真聆听学习中山市南头镇党委书记徐宁军“学史增信悟思想 凝心聚力再出发 携手谱写新时代改革开放新篇章”专题党课。

（三）参加了由中山市民政局组织的《深入学习贯彻习近平总书记“七一”重要

讲话精神动员大会暨习近平总书记“七一”重要讲话精神》线上专题辅导课。

（四）通过网络直播聆听广东省社会组织党委书记庄侃“学习百年党史，筑牢信仰之基，凝聚人民奋斗力量”主题党课。

（五）开展“书记讲党课”主题党日活动，党支部书记李文霞通过分享气势磅礴，激情澎湃的毛泽东诗词，与大家共同回顾中国共产党伟大征程的历史画卷，让大家感受历史的波澜壮阔，时代的沧桑巨变。

（六）组织参观南头镇党史馆和石军村革命建设史迹展览馆，探访石军村七宅涌尾三队荔枝基的红色文化教育基地，更好地学习党带领人民战胜种种艰难险阻、不断奋斗不断前进的百年历史，汲取前行的智慧与力量，真正做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行。

（七）前往黄圃镇烈士陵园开展“传承革命先烈精神，永固初心牢记使命”主题党日活动，瞻仰了烈士纪念碑，深切缅怀革命先烈的丰功伟绩，激励全体党员以革命先烈为榜样，把不怕牺牲、艰苦奋斗的革命精神融入到今后的学习和工作中，立足自身岗位，始终践行初心使命。

（八）在南头镇党群服务中心与南头镇全民公益园联合开展的“党建引领，心愿传递”第二期微心愿活动中，积极捐款捐物，并前往南头镇 6 个社区党群服务中心，为社区环卫工人送上节日祝福和心愿礼盒。

### 2021 年下半年工作计划

建党百年，学史明理谋新篇；砥砺奋进，携手共筑新价值。站在两个一百年的历史交汇点上，中山家电产业既有机遇又临挑战。

我会将继续发挥参谋助手、桥梁纽带作用，凝聚广大会员单位力量，共同推进中山市家电产业高质量发展。其中重点做好以下工作：

### 一、深入了解会员企业需求，多渠道精准解决困难和问题

随着国外疫情得到控制，海外产能逐步恢复，国内家电企业面临冲击。我会将从以下方面帮助企业平稳持续发展：

一是深入调研和了解企业，让走访企业的工作常态化，收集行业和企业存在的焦点、难点和热点问题，精准了解企业的实际情况、发展方向和需求，通过协会的平台资源尽可能做好精准服务。

二是加强与各级政府相关部门的沟通，搜集、整理和发布有关行业数据和政策，及时宣传各种惠企政策。

三是整合培训资源，根据行业和企业发展需求，有针对性地研发培训课程内容，组织专家分享行业政策、法律知识、财税知识和经营之道。

四是组织参观行业标杆企业，举办技术、管理经验交流座谈会，促进会员企业技术与管理的共同进步。

### 二、加强与兄弟商协会交流合作

通过横向联合，在资源和优势互补的前提下，为会员单位向其他地区同行学习交流创造条件。同时，在交流中借鉴学习兄弟商协会办会经验，加强自身建设，为会员提供更优质的服务。

### 三、不断完善党组织建设

继续深入开展主题教育工作，严格按照主题教育“守初心、担使命，找差距、抓落

实”总要求，以主题教育为契机，读原文、学原著、悟原理，深入领会习近平总书记一系列重要指示批示精神，通过“三会一课”、支部主题党日活动、组织生活会、谈心谈话等方式，推动党建和自律管理工作相互促进，引领广大党员提高党性修养水平，营造和谐向上的文化氛围，充分将党建工作和党内要求落实到工作生活中，努力将党支部建设成为“政治功能强、支部班子强、党员队伍强、作用发挥强”的新时代新担当新作为的战斗堡垒。

### 四、密切关注“碳中和”，推动行业绿色发展

2019年，我会完成《中山市家用电器行业低碳能力建设及碳盘查示范》项目，并开发出了一套有针对性的、适用于家用电器行业的碳盘查工具，形成了中山市家电行业碳盘查指南教材。今年，我国提出“碳中和”和“碳达峰”目标愿景，家电企业将迎来重大的政策机遇和挑战。我会将向会员企业宣传推广应用碳盘查工具和碳盘查指南教材，通过专业的、体系化的评估方法查清碳足迹，帮助企业深入了解组织碳排放情况，并根据碳盘查结果调整生产工艺流程、产品结构、战略规划、市场运营等工作。

此外，联合更多科研检测机构，协助中山家电企业通过创新技术和革新的零部件优化，将产品能效进一步提升，推动家电在使用过程中节能、减排，助推中山家电产业完成绿色家电生态链的变革。

# 品牌，为民营经济加注“新动能”

## ——南头镇“攻坚2021”民营经济大讲堂成功举办

2021年是中国共产党建党100周年，也是“十四五”的开局之年，更是中山重振虎威、加快高质量崛起的攻坚之年。为充分凝聚广大民营经济人士智慧和力量，引导企业家在学史筑魂、学史夯基、学史赋能上见真章、见实招，进一步坚定听党话跟党走的决心，从党史、企业发展史中汲取奋进新征程的智慧和力量，5月21日下午，由中山市南头镇党委、人民政府举办的“学党史 悟思想 办实事 开新局 南头镇‘攻坚2021’民营经济大讲堂”在中山市家电创新中心二楼会议室举行。

中山市工商联党组成员、副主席吴国森，市委统战部四级调研员简倩怡，南头镇党委书记徐宁军，党委副书记张泽武，副镇长肖彦余等领导嘉宾出席活动。我会会长、TCL空调器（中山）有限公司总经理陈绍林应邀作为主讲嘉宾，分享了品牌建设管理经验，与250多家企业代表，共话当前大湾区民营经济在双循环经济发展中的大好形势及美好未来。



中山市工商联党组成员、副主席吴国森在开课致辞中表示，非公经济是社会发展的主力军，也是加快创新创业发展的主阵地。企业有未来，中山才有未来，中山市市委、市政府将牢固树立亲商扶商的重商理念，以开放的眼光，创新的思路，开拓的精神，不断加强扩大非公经济的发展。希望企业在党领导下，在政府的支持下，把握建设粤港澳大湾区和深圳中国特色社会主义先行示范区“双区驱动”的千载难逢重大历史机遇，放心大胆地发展，为建设精品中山，重振中山虎威作出新的贡献。



中山市南头镇党委书记徐宁军带来“学史增信 悟思想 凝心聚力再出发 携手谱写新时代改革开

放新篇章”专题党课，从中央、省、中山以及南头的发展变迁切入，透过珍贵的历史资料、生动的案例、真实的数据，讲述南头镇由一个农业小镇发展成为被授予“中国家电品牌基地”的工业强镇、品牌强镇，展现了南头镇党委、政府在全心全意支持非公经济发展十年如一日的坚持。徐宁军寄语广大企业家在新时代发展中大胆开拓，为中山重振虎威，加快南头高质量发展出谋划策、贡献力量。



品牌建设和成长是一个长期积累的过程，它不能马上帮你赚钱，但会让你越来越值钱。我会会长、TCL 空调器（中山）有限公司总经理陈绍林以知名企业为例，结合 TCL 品牌建设经验，给大家带来干货满满，实战性强的《品牌建设管理》分享。他表示，一个强势的品牌，应该有清晰的品牌愿景和明确的品牌目标，提炼具有差异化的品牌核心价值，设计能够体现和演绎品牌个性的关键品牌体系，找准适合当前消费者需求的品牌定位，让品牌内涵与企业日常活动对接，让企业每一项基础工作都在为品牌的创建做累加。近年来，TCL 空调持续增加研发创新投入，在技术创新、产品创新、管理创新、商业模式创新等方面不断开拓创新，向市场、向管理要效益，并通过技术品牌化支撑 TCL 空调品牌建

设，不断为企业注入发展新动能。针对数字化时代下如何利用流量更好地传播品牌，他提出，要把用户当成流量的起点，以每一个用户为核心，通过“货”找人的方式，与用户进行全域、全场景、全链路、全周期的互动。

活动花絮：





学党史 悟思想 办实事 开新局  
南头镇“攻坚2021”  
民营经济大讲堂



学党史 悟思想 办实事 开新局  
南头镇“攻坚2021”  
民营经济大讲堂



学党史 悟思想 办实事 开新局  
南头镇“攻坚2021”  
民营经济大讲堂



学党史 悟思想 办实事 开新局  
南头镇“攻坚2021”  
民营经济大讲堂

## AI 赋能新智造——天猫精灵×中山家电生态接入 方案对接会成功举办

芯片，尤其是主控芯片，是家电产品的大脑，在产品智能化进程发挥着重要的作用。因为主控芯片的缺乏导致电子款产品普遍供货不足，让家电企业陷入了芯片“没得用”和“用不起”的困境，企业被迫减产，甚至要回归机械操作。

如何帮助企业解决主控芯片缺货问题，以更低的成本、更高的效率实现智能化升级？5月25日上午，我会举办了“天猫精灵×中山家电生态接入方案对接会”，邀请阿里集团天猫精灵事业部小二九亩、深圳市坚美欧电子有限公司总经理刘建中及

专家团队，来自中山、佛山、东莞、广州共20多位企业家及代表参加了对接会。中山市南头镇经济发展和科技统计局科技统计股股长冯浩出席会议。





中山市家用电器行业协会秘书长李文霞主持。她就中山家电企业芯片供应短缺情况，对于协会深入企业的调研作了报告。

随着家电产品智能化程度的不断提升，家电行业对芯片的需求越来越大。中山家电企业以民营中小企业居多，在“芯片—解决方案—线路板—家电生产”产业链中，家电处于产业链末端，相对汽车、手机等行业，家电对芯片需求又处于中低端，芯片制造商将芯片优先分配给在供应方面更紧迫或具备更高优先级的产品。与其高成本去争抢有限的芯片资源，倒不如想办法用新的技术路线去突破困境。



天猫精灵金牌技术服务商——深圳市坚美欧电子有限公司总经理刘建中详细分析了芯片短缺的原因，并从降维替代和一芯两用的角度，深入讲解 SOC 智能家电设计思路。以阿里 WiFi 芯片为例，SOC 一体化解决方案可提高 WiFi 芯片内的 MCU 使用率，做到平行切换，缓解 MCU 缺货压力的同时，加快智能化进程。



当前外贸大环境不容乐观，出口形势严峻复杂，企业可利用天猫精灵 AIoT 接入生态系统。天猫精灵小二九亩向大家展示了天猫精灵 AIoT 生态模组和阿里自研芯片的标准化产品赋能方案，方案可帮助企业引入专业的技术服务商，解决缺资源、缺技术、转型效率低的问题，最终助力企业加快融入“双循环”。此外，九亩还围绕天猫淘系专属打标、营销活动、渠道助力等多方面介绍了天猫精灵 IoT 商品及商家扶持政策。



专家表示，芯片需求不断膨胀，虽然各大芯片厂都在努力扩大产能，但产能的提升不可能立竿见影，芯片短缺问题还将延续。

对此，中山市南头镇经济发展和科技统计局科技统计股股长冯浩向与会代表解读了《中山市新一代信息技术产业发展专项资金管理实施细则》。政策支持新一代信息技术与传统产品融合发展，围绕智能家居（家电、家具、灯饰、五金锁具等）、电子信息（汽车电子、智能终端设备等）、5G、超高清显示等重点领域的应用需求，支持规上工业企业采购我市入库智能产品技术供应商提供实现产品智能互通、智能感知、智能控制、数据挖掘、提供互联网应用服务等智能模块/芯片，且年度智能产品销售收入超过 1000 万元的，按照成效择优对实际采购金额给予不超过 30%的奖补，单个产品制造企业年度奖补总额最高不超过 50 万元。同时，冯股长希望优质的芯片企业落户本土，降低企业智能产品研发应用成本和采购运输成本，尽快缓解企业芯片短缺的问题，以确保中山家电行业可持续发展。



与会代表和专家对 SOC 方案的产能问题和生产合作模式的可行性展开了热烈的讨论。



# 推动创新做标准，完善体系促升级

## ——小家电和燃气具产业标准体系宣贯会顺利举办



5月27日下午，我会联合中山市市场监督管理局南头分局在中山市家电创新中心二楼培训室举办中山市小家电和燃气具产业标准体系宣贯培训会，进一步发挥标准化对企业产品质量提升的基础性、引领性、战略性作用，促进标准体系的贯彻落实。中山市市场监督管理局南头分局副局长肖昌德、综合股股长刘尚龙，中山市质量技术监督标准与编码所工程师臧兴杰、魏静琼，中山市机械工程学会高级工程师王红梅、工程师李翠娟等领导嘉宾，以及中山各镇区会员企业代表共40多人参加培训。



中山市家用电器行业协会秘书长李文霞主持培训。她表示，在经济发展进程中，中山形成了一批特色鲜明的产业集群，面对传统产业转型升级压力，通过建立系统、完备的产业标准体系，对规范产品市场竞争秩序，推动传统产业高质量发展具有重要意义。去年，协会协助中山市质量技术监督标准与编码所深入企业调研小家电和燃气具产业标准体系构建，发掘企业标准化需求，了解产业链标准化现状，并向会员企业收集调研表。经过专家评审，《中山市小家电产业标准体系》和《中山市燃气具产业标准体系》于2020年12月18日获得中山市市场监督管理局批准发布。



中山市质量技术监督标准与编码所工程师臧兴杰围绕小家电产品的设计、试验、评价、生产制造、产品、售后、服务、回收利用、品牌建设等环节，对中山市小家电标准体系结构进行了详细解读。



中山市质量技术监督标准与编码所工程师魏静琼从中山市燃气具产业的标准化现状、标准体系建设情况、家用燃气热水器和家用燃气灶重点标准等3个部分进行宣贯解读。

会上，与会代表就 GB/T 36503-2018\_燃气燃烧器具质量检验与等级评定问题向专家进行咨询。



职称评定关乎每位企业员工的切身利益，借此机会，我会邀请中山市机械工程学会为与会代表作职称申报政策解读。中山市机械工程学会高级工程师王红梅对初次职称考核认定申报流程以及申报条件、申报材料填报的注意事项等多方面、多角度进行了讲解，并回答申报中常见的问题。

通过此次体系宣贯，帮助会员企业全面了解《中山市小家电产业标准体系》和《中山市燃气具产业标准体系》，有助于持续推动中山市小家电和燃气具生产企业的精细化、标准化和规范化发展，为小家电和燃气具的生产和检测提供标准供给。

# 诚信守重 推优荐优

## 我会 80 家会员企业获 2020 年度“守合同重信用”企业称号

广东省“守合同重信用”企业公示活动既是社会诚信体系建设重要内容,也是市场监管部门信用监管的重要举措。我会自成立以来,充分发挥桥梁纽带作用,积极参与广东省“守合同重信用”企业公示活动宣传,认真做好企业推荐和材料申报的核实工作。

近期,广东省市场监督管理局发布了“2020 年度广东省守合同重信用企业”公示名单,我会 80 家会员企业荣获此称号。其中,连续公示年度 5 年有 9 家企业,连续公示年度 10 年有 17 家企业,连续公示年度 20 年有 8 家企业。详细名单如下:

2020年度“守合同重信用”企业公示活动统计表

序号	企业名称	连续公示年度
1	TCL空调器(中山)有限公司	20
2	广东格美淇电器有限公司	23
3	中山市樱雪集团有限公司	20
4	中山市万里通天线器材有限公司	23
5	中山市东风富华电器有限公司	29
6	中山市力高电器有限公司	29
7	华帝股份有限公司	26
8	中山生力电子科技有限公司	25

序号	企业名称	连续公示年度
9	广东阿诗丹顿电气有限公司	14
10	中山东菱威力电器有限公司	11
11	广东兴达鸿业电子有限公司	14
12	广东理丹电子科技股份有限公司	14
13	中山市思源电器有限公司	11
14	中山安铂尔电器有限公司	17

15	中山市通力电器有限公司	17
16	中山市广隆燃具电器有限公司	16
17	中山市美斯特实业有限公司	14
18	中山市利德堡电器有限公司	16
19	中山市朗日电器有限公司	16
20	中山市今科电器有限公司	11
21	中山市欧安尼电气有限公司	16
22	广东科特有色金属制造有限公司	14
23	中山市琪朗灯饰厂有限公司	17
24	中山市港联华凯电器制品有限公司	12
25	中山大洋电机股份有限公司	18

序号	企业名称	连续公示年度
26	广东奥马冰箱有限公司	5
27	广东格兰仕微波生活电器制造有限公司	5
28	中山市金广家庭电器制造有限公司	5
29	中山市恒乐电器有限公司	6
30	广东满格机械电气实业有限公司	8
31	中山市跃龙厨房电器有限公司	5
32	中山市亿科塑胶五金制品有限公司	6
33	中山市天骏电器有限公司	8
34	中山市力科电器有限公司	9

序号	企业名称	连续公示年度
35	中山市世耀智能科技有限公司	3
36	中山市泰源包装材料有限公司	2
37	广东强力科技股份有限公司	1
38	中山市斯坦利金属科技有限公司	3
39	中山美领世家互联网科技有限公司	4
40	广东伊莱特电器有限公司	2
41	广东祥基电器有限公司	4
42	广东华美骏达电器有限公司	4
43	中山市科卓尔电器有限公司	4

44	广东英得尔实业发展有限公司	2
45	中山市艾利普电器有限公司	2
46	中山市新帝电器制造有限公司	4
47	中山市高乐士电器制造有限公司	4
48	中山中松电器有限公司	3
49	中山市海花电器有限公司	4
50	中山市荣星电器燃具有限公司	2
51	广东超人节能厨卫电器有限公司	4
52	中山市华亿新生活电器有限公司	2
53	中山市越海电器有限公司	2
54	广东瑞马热能设备制造有限公司	3
55	广东艾林克能源装备有限公司	2
56	广东德琪电器实业有限公司	1
57	中山市厨宝智能厨电有限公司	2
58	中山市欧博尔电器有限公司	3
59	中山市奥创通风设备有限公司	4
60	中山市快特电器有限公司	3
61	广东维诺电器有限公司	3
62	中山市惠人电器有限公司	2
63	广东凯尔电器有限公司	1
64	中山市正美电器金属制品有限公司	4
65	中山市掌声电器有限公司	2
66	中山市倍邦电器有限公司	1
67	广东永涂乐环保科技有限公司	1
68	中山市龙的智能电器有限公司	1
69	中山力劲机械有限公司	4
70	中山市立东家用电器有限公司	4
71	中山市港口新风电器有限公司	1
72	广东力昌电子科技有限公司	2
73	中山佳威路家用电器有限公司	2
74	中山市鸿之远工业机器人有限公司	1
75	中山瑞信智能控制系统有限公司	1
76	中山牛耳智能科技有限公司	2
77	中山市洁鼎过滤制品有限公司	3
78	广东华快光子科技有限公司	2

79	黑子信息科技（广东）有限公司	3
80	中山市浩远贸易有限公司	4

“守合同重信用”是企业生存发展之本，是企业立于不败之源，是开拓创新之基。通过开展公示活动，进一步促进企业合同管理水平，提高企业市场信誉度和市场竞争力。“守合同重信用”企业和商标权、专利权一样，属于企业的无形资产，对于树立企业良好形象，助推企业高质量发展具有重要的现实意义。

今后，我会将继续做好“守合同、重信用”推荐工作，进一步提升企业资质等级，增强企业核心竞争能力，推动企业守法经营。

### 小百科

“守合同重信用”公示活动是我国政府对企业信用的一种综合评价活动。

#### 公示活动

为了加强企业信用建设，工商行政管理机关开展“守合同重信用”公示活动已有 20 余年。

“守合同重信用”公示活动是政府对企业信用的一种综合评价活动。“守合同重信用”公示企业可获得包括工商局、税务局、发改委、经贸委、科技厅以及财政、社保、银行、海关等 17 个政府部门共 50 余项优惠政策的扶持。

#### 申报条件

(一) 领取营业执照并开业满二年；

(二) 建立合同管理机构 and 合同管理制度，合同信用管理体系健全；

(三) 合同履行状况良好。除不可抗力、对方违约或双方协议解除等法律规定的情形外，合同履行率达 100%；

(四) 无严重违法违规经营行为记录，未被列入“全国企业信用信息公示系统（广东）-经营异常名录或严重违法企业名录”；

(五) 企业经营效益好，同意由监督机关将该企业申请年度的合同签订与履行情况、总产值或销售额等信息在守重公示平台向社会公示。

## 中山市第十一次质量管理（QC）小组活动成果 发表赛成功举办



为积极贯彻落实“两会”精神，助力中山市社会经济高质量发展和粤港澳大湾区建设，在规上企业全面推进质量管理（QC）小组活动，大力弘扬质量工匠精神、创新精神，激发广大员工参与质量改进与创新活动的激情。5月22日，中山市第十一次质量管理（QC）小组活动成果发表赛在中山美居产业园8栋6楼多功能会议中心圆满结束。

本次比赛以“新征程、再出发、高质量”为主题，22个企事业单位、五十五项QC小组活动成果同场同台进行发表、交流、学习和分享。我会会员TCL空调器（中山）有限公司、TCL家用电器（中山）有限公司、广东奥马冰箱有限公司、格力电器（中山）小家电制造有限公司、中山东菱威力电器有限公司、中山市掌声电器有限公司的21个QC小组分别斩获金钻奖、金奖和银奖。



此次专家组评审专家团队由开展QCC活动30年以上的专家组成。由于参赛小组众多，为了保证

小组成果一天发表结束，比赛采取两个会场、两组评审组同时进行。同时，为了做好疫情防控工作，减少人员聚集，比赛开通了全天全网现场直播，中山市及全国近两万人次通过直播参与了学习和观摩。从早上九点到下午六点多，经过8个小时紧张角逐，第十一次QCC发表赛落下帷幕。

我会会员单位分别斩获金钻奖、金奖和银奖

序号	单位名称	小组名称	奖项
1	TCL空调器（中山）有限公司	拇指圈	金钻奖
2		品质先锋小组	金奖
3		工艺小分队	金奖
4		间隙联盟小组	银奖
5		奋斗QC小组	银奖
6		飞跃小组	银奖
7		奔跑QC小组	银奖
8	广东奥马冰箱有限公司	给力小攻队	金钻奖
9		提效飞跃队	金奖
10		飞鹰小组	银奖
11		天下无泡	银奖
12		奋进小组	银奖
13		能工巧匠小组	银奖
14		斯巴达战队	银奖
15	中山东菱威力电器有限公司	红细胞	银奖
16	TCL家用电器（中山）有限公司	炫彩QC小组	金钻奖
17	格力电器（中山）小家电制造有限公司	精益QC小组	金奖
18		猎鹰QC小组	银奖
19		挑战者QC小组	银奖
20	中山市掌声电器有限公司	攻坚QC小组	银奖
21		天幕QC小组	银奖

发表赛结束后，来自中山供电局李国春、省质量促进中心刘小伟、天圣高科蒋富裕及纬创公司黄凤员等评审组专家一一对本次发表赛做了总结和整体点评。



今后我们将继续紧跟时代脉搏继续推动质量管理小组活动健康发展，为中山市质量管理小组活动的开展营造良好的氛围，激发和调动中山广大质量工作者的创新热情和创造潜力，不断创新质量管理活动方式方法，提高中山家电企业管理水平，塑造中山家电品牌质量。

### 知识小百科

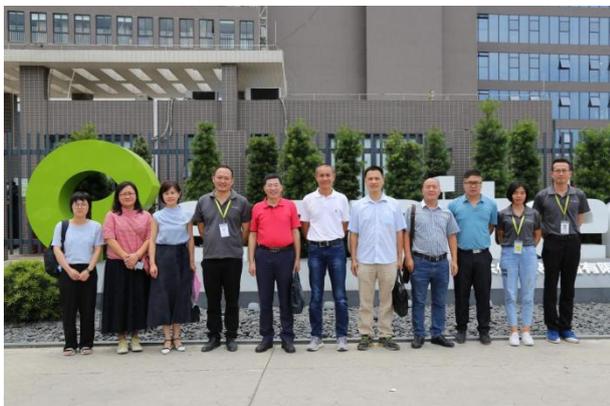
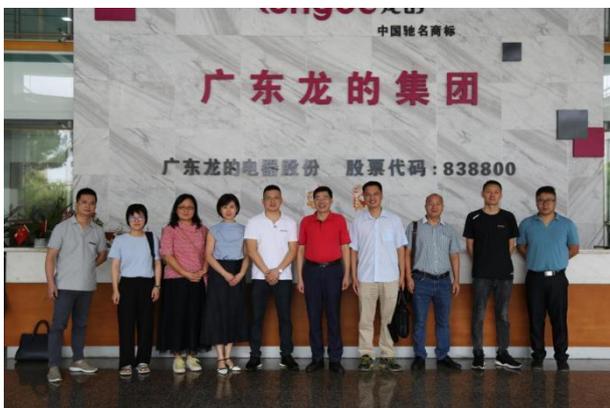
质量管理小组简称“QC小组”。在生产或工作岗位上从事各种劳动的职工，围绕企业的经营战略、方针目标和现场存在的问题，以改进质量、降低消耗、提高人的素质和经济效益为目的组织起来，运用质量管理的理论和方法开展活动的小组。是企业中群众性质量管理活动的有效组织形式，是职工参加企业民主管理的经验同现代科学管理方法相结合的产物。

担任这类工作的人员就叫做QC人员，相当于一般企业中的产品检验员，包括进货检验员（IQC）、制程检验员（IPQC）和最终检验员（FQC）。

## 民盟中山市委员会电子科技大学中山学院支部 前往我会开展专题调研

近期,民盟中山市委员会电子科技大学中山学院支部就《推动中山家电产业高质量发展的对策与建议》课题,到我会开展专题调研,并于7月16日由民盟中山市委原主委、电子科大中山学院管理学院院长、经济学教授、中山市人大常委赵晷湘,民盟中山市委副主委、政协委员张舒广,民盟中山市委委员、民盟支部主委、机电专业博士、电子科大中山学院副教授杨健君,民盟支部副主委、经济学硕士、电子科大中山学院教师钟生根,经济学博士、电子科大中山学院教师涂冬梅一行5人组成的调研组走访我会广东龙的集团有限公司、广东伊莱特电器有限公司。

调研组就企业目前发展现状、发展战略、所获得政府支持及实际效果、企业目前发展所面临的主要困难、以及促进中山家电行业高质量发展,对政府有何建议等议题与企业深入交流。





广东龙的集团有限公司旗下子公司中山市龙的智能电器有限公司总经理丁辉向调研组介绍了公司经营情况和未来发展方向，同时对打造更好的营商环境提出了建议。

龙的以精品家电为核心，在“国产精品家电第一品牌”的目标统领下，精益求精制造领先的精品家电产品。作为中国一线城市的生活小家电先行者，龙的坚持以质量求生存，以市场为导向，积极调整战略方向、多元经营，利用跨境电商+线上直播，不断开拓新的发展渠道。

丁总表示，近年来，大宗商品大幅涨价、各渠道竞争加剧，公司坚持品质为先，产品成本无法降低，但是流通批发、直播、社群、二类电商等其他渠道的非标、三无产品，侵占了一部分市场，产品利润越来越低。目前，公司规模不断扩大，需要的资金和用地持续增加，希望政府能加大财税和用地扶持，加强市场监管和规范管理，为家电制造企业打造更优质的营商环境。



根据广东伊莱特电器有限公司董事长杨广良介绍，伊莱特是一家非传统代工企业，零配件自制率达85%，小家电制造产业链完善，可以为研发创新提供延续及有力保障。公司专注研发、制造智能电饭煲，拥有专业设计研发团队，客户提出开发需求意向后，可以为客户制定整套产品企划、产品设计、生产制造、产品生命周期规划、售后等全系列多品类整体解决方案。成熟产品可以通过品牌定位，为客户制定系列化的产品线。在近期开拓的空气炸锅、空气炸烤箱、煎烤类、料理类等五大品类进入了行业前列。

谈及公司面临的发展难题，杨董事长直言，由于用地不足，公司仓库租用和物流成本增加，自动化，数字化转型阻力较大。希望政府充分利用土地资源，上调工业用地容积率，解决企业工业用地紧张问题。



民盟中山市委副主委，市政协委员张舒广认为，让政策找企业，比让企业找政策，更能节省企业学习政策的时间成本，更能推动政策落到实处。协会要加大政策宣传力度，帮助企业用好政策。



调研组听取企业发展情况和诉求后表示，将认真汇总吸收大家的意见建议，在综合实地调研成果和各方意见建议的基础上，形成报告和提案，为推动中山家电产业高质量发展建言献策。

民盟中山市委原主委、电子科大中山学院管理学院院长、经济学教授、中山市人大常委赵晷湘表示，坚持质量为先，找准目标市场，企业才能长久。多元化发展是一把双刃剑，企业在保证主流产品地位保持不变的情况下，可以向其他方向发展。企业要发展，政府的支持很重要，政策也是生产力。同时，行业协会对行业做大做强发挥着重要作用，要用好用活协会平台，协会发展好，才能为企业提供更多更好的服务。

# 重忆党史铭初心，砥砺奋进担使命

## ——庆祝中国共产党一百周年主题党日活动的

一百年前的七月，在南湖的画舫中，诞生了我们伟大的中国共产党，从此中国有了领路人，带领人民大步向前；一百年后的现在，中国共产党已经成为在全国执政七十多年、拥有九千五百多万名党员的百年大党。回望党的百年光辉历程，百年的风雨兼程，百年的劈波斩浪，百年的艰苦卓绝，百年的沧桑巨变，百年弹指一挥间，祖国面貌换新天，我们从心底油然而生发出爱党爱国的无限情愫。

7月1日，是党的百岁生日，虽然无法亲自到北京天安门广场观礼，我们也通过网络直播，与全国人民一起共同庆祝党的生日，衷心祝愿我们的党青春永驻，衷心祝愿我们的祖国繁荣昌盛！

习近平总书记的重要讲话，视野宏阔、思想深刻、内涵丰富、振奋人心，为向全面建成社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标迈进，为奋进新时代、走好新征程进一步指明了前进方向。回望过去、眺望未来，我们必须抓住党史学习教育的契机，把党的历史学习好、总结好，把党的成功经验传承好、发扬好，学党史、悟思想、办实事、开新局，自觉增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，不断提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力，坚持党建引领，助力中山家电产业高质量发展。

### 【书记讲党课】



认真聆听习总书记重要讲话

全体党员认真聆听学习了中山市南头镇党委书记徐宁军“学史增信悟思想 凝心聚力再出发 携手谱写新时代改革开放新篇章”专题党课。徐书记从中央、省、中山以及南头的发展变迁切入，透过珍贵的历史资料、生动的案例、真实的数据，讲述南头镇由一个农业小镇发展成为被授予“中国家电品牌基地”的工业强镇、品牌强镇，展现了南头镇党委、政府在全心全意支持非公经济发展上十年如一日的坚持。他寄语广大企业家在新时代发展中大胆开拓，为中山重振虎威，加快南头高质量发展出谋划策、贡献力量。



全体党员参加了由中山市民政局组织的《深入学习贯彻习近平总书记“七一”重要讲话精神动员大会暨习近平总书记“七一”重要讲话精神》线上专题辅导课，华南师范大学马克思主义学院副院长胡国胜教授以《奋斗百年路，启航新征程》为题，以中国共产党百年历程为轴，通过大量历史资料和数据，追忆波澜壮阔、艰苦卓绝的革命岁月，回顾独立自主、百废俱兴的建设历程，讲述日新月异、翻天覆地的改革探索，感受劈波斩浪、砥砺前行的复兴之路。



通过网络直播聆听广东省社会组织党委书记庄侃“学习百年党史，筑牢信仰之基，凝聚人民奋斗力量”主题党课。庄书记用一个个鲜活的党史功勋人物的红色故事，如墨水当糖的陈望道、农民运动大王彭湃、左权12封家书、两弹功勋邓稼先、人民公仆焦裕禄、铁人王进喜等，用一个个真实的党史光辉时刻，如红军长征、西柏坡赴京“赶考”、神州十二号载人飞船、特区改革等，用最朴素、接地气的语言，生动诠释了共产党人的理想信念、坚定信仰、国家情怀、民族情怀、人民情怀。



我会党支部书记李文霞通过分享气势磅礴，激情澎湃的毛泽东诗词，与大家共同回顾中国共产党伟大征程的历史画卷，让大家感受历史的波澜壮阔，时代的沧桑巨变。

自1921年中国共产党成立至今，已经整整一百周年，党的艰苦卓绝的奋斗历程，就是一首壮丽的诗篇。毛泽东诗词是中国革命的艺术成果、真实反映了毛泽东的革命生涯，也是解决革命文化的独特文本。从“问苍茫大地，谁主沉浮”到“一唱雄鸡天下白”，毛泽东用诗词定格一个个令中国人民铭刻于心的历史画面，描绘了中国共产党力挽狂澜、扭转乾坤、改天换地的沧桑巨变，清晰勾勒出中国革命道路探索的逻辑进程。



### 【历史是最生动的教科书】

用党的伟大成就激励人，用党的成功经验启迪人，用党的历史教训警示人，能够让我们认清历史方位，汲取前行的智慧与力量。为了使大家更好地学习党带领人民战胜种种艰难险阻、不断奋斗不断前进的百年历史，真正做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，我会党支部组织参观南头镇党史馆。



### 【访红色遗迹，忆峥嵘岁月】

一寸山河一寸血，一抔热土一抔魂。中山市黄圃镇石军村是开展中山农民运动和抗日革命运动较早的地方之一，1987年被广东省政府批准确定

为革命老区。党支部全体党员参观了石军村革命建设史迹展览馆，工作人员生动的讲述，把大家带到了革命战争时期烽火硝烟中的石军村。



看完历史图片，全体党员走进石军村七宅涌尾三队荔枝基的红色文化教育基地，石军村党委组织委员卢浚浩为大家讲述那段浴血奋战的历史。革命战争时期，中共南番中顺中心县委妇女部长谭本基、广游二支队第一中队副中队长王鏊、政训员欧初、罗若愚、冯六女、杨华源等抗日先锋都曾在石军村战斗过。



祖国山河每一寸鲜血浸染的红色热土，每一段感人至深的红色往事，都凝结着艰苦卓绝的牺牲奉献，铭刻着气吞山河的壮丽辉煌。为庆祝中国共产党成立100周年，铭记党的奋斗历程，继承和发扬党的优良传统和作风，通过开展形式多样的特色党建活动，激发广大党员学党史、悟思想、办实事、开新局的学习和实践热情，更加树牢“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”。重忆党史铭初心，砥砺奋进担使命！

# TCL 空调柔风技术荣获 2020 年度广东省科技进步奖

2021-6-10 来源: TCL 空调员工之家

日前,广东省科技创新大会在广州隆重举行,会上颁发了 2020 年度广东省科学技术奖。TCL 空调“全工况节能舒适柔风空调关键技术研究及产业化”项目,从众多参选项目突围而出,荣获 2020 年度省科技进步奖。

据悉,该项目成果已广泛应用于 TCL 智慧柔风空调、TCL 卧室新风空调等畅销产品。



广东省科技创新大会颁奖现场



TCL 空调获奖证书

## 怕着凉 就选 TCL 智柔风空调

据悉,获得 2020 年度广东省科技进步奖的 TCL 空调柔风科技,结合微孔层流柔风、全新附壁引流、自旋式导风板和高效气流组织控制等多维度创新技术,打造出风柔和、速度波动小、噪音低的凉感柔风模式。

TCL 智柔风空调应用了该领先技术成果,使得空调常规的“硬风”,经过 TCL 独创的柔风叶片的上千个微孔,转成徐徐柔风,做到“随风潜入屋,润人细无声”,让用户在使用智柔风空调时,舒享凉爽舒适感受,却感觉不到风的存在。

同时,该柔风技术能够有效避免空调风把人吹着凉的情况发生,这点对老人小孩特别友好。所以说“怕着凉,就选 TCL 智柔风空调”。



母婴级柔风 从此不担心空调直吹

## “升起小蓝翼 深睡新风里” TCL 卧室新风空调引领行业新变革

“升起小蓝翼 深睡新风里”，TCL 最新的卧室新风空调，就搭载了柔风空调关键技术，同时拥有小蓝翼新风口，免扩墙孔安装、30m<sup>3</sup>/h 大新风量、恒温新风、新风一键独立开启、智柔风 2.0 等多项优势，满足用户的多元化需求。



TCL 卧室新风空调正掀起一股“新风潮”

TCL 卧室新风空调搭载了 14 片可开合柔风叶片，854 个柔风微孔组成的柔风系统，将生硬冷风打散成柔和舒适的软风。

同时，智慧柔风 2.0 技术，一键切换实现柔风、淋浴风、地毯风、环抱风四种舒适送风方式。淋浴风，适合夏天更加清凉；地毯风，避免冬天“寒从脚下生”；环抱风，打造全方位环抱式新风体验。

该产品还创新地实现“免扩墙孔 30m<sup>3</sup>/h 大新风量”，打破了传统新风空调需要扩墙孔或二次打孔的弊端，巧妙地将新风管道和制冷管道有效结合，实现普通商品房预留的空调原孔安装基础上 30m<sup>3</sup>/h 大新风量，避免因扩孔或增孔带来的费用增加，墙体结构破坏等问题。

本次获得 2020 年度广东省科技进步奖的 TCL 空调，夯实基础，在技术上不断突破，致力于做“懂你的健康空气专家”，以满足消费者日益提升的舒适、健康、智能的健康空气需求。

## “消费者喜爱的中国品牌 100 强” 揭晓：华帝 实力上榜！

2021-05-15 来源：华帝

5 月 7 日，第四届中国品牌发展论坛在北京盛大召开。论坛上，“2021 中国品牌日·我为中国品牌代言——消费者喜爱的中国品牌 100 强”榜单重磅发布，作为国内厨电三强之一的华帝，凭借着较高的品牌知名度与美誉度荣耀上榜。

本届论坛是由《中国品牌》杂志、中国品牌网、中国品牌研究院联合相关机构主办。《中国品牌》杂志是我国唯一的全国性品牌类中央新闻期刊，由国家市场监督管理总局主管，倡导中国品牌正能量，向国内外讲好中国品牌故事，让品牌动力中国。



社会主义现代化国家新征程的第一年,加快构建新发展格局是关系我国发展全局的重大战略任务。在构建新发展格局的过程中,品牌则扮演着重要角色。



成立于1992年的华帝,专注厨电领域,始终以产品创新为企业战略重心,经过多年的快速发展,从中国知名上市企业,稳步成长为具有国际影响力的全球化品牌,为经济发展贡献着重要力量。

面对新发展格局下品牌建设,华帝股份首席品牌官卢楚麒认为,现阶段,中国品牌正从原来的产品品牌走向真正品牌化的过程当中,最重要的是要实现三个变化:成为生活方式的引领者、产业链的驱动者,以及精神价值层面上的倡导者。



华帝股份首席品牌官卢楚麒(左二)

论坛现场,来自政、学、企等各界的嘉宾大咖们齐聚一堂,围绕“寻百年奋斗崛起路,议时代征程远鉴策;构国内国际双循环,立品牌消费新风尚”的主题思想,深入解读经济热点,把脉品牌发展大势,共话新发展格局下品牌建设的新征程,共促中国品牌高质量发展。

### 品牌助推新发展格局构建

世界经济发展有一个现象,一个国家或区域崛起的背后往往是一批品牌的强势崛起。品牌不仅是一个企业经济实力和信誉的集中反映,拥有知名品牌的多少,更是一个国家综合实力的象征。

今年,是实施“十四五”规划、开启全面建设



华帝股份首席品牌官卢楚麒

对于品牌要如何发挥对企业发展的引领作用,卢楚麒在论坛上也发表了独到的看法,他说:“华帝首先从生活差异化的生态上面去考虑,整体的产品落地从研发、传播、营销、服务这四个领域去考

虑。”

### 用户思维做品牌获消费者喜爱

提到华帝，相信在大部分人的认知里都有这些形象：高端化、时尚化、年轻化、套系化。

2015年年底，随着新任董事长潘叶江的接班，华帝迎来了改革大潮。作为年轻一代的企业家，潘叶江带领华帝开始了高端转型，包括产品升级、专卖店形象升级、品牌升级。经过了多年的市场培育，高端智能厨电品牌华帝已经是深入人心。

在厨电市场主流消费群体日益年轻化的形势下，华帝积极探寻80、90后乃至Z世代的消费诉求，在坚持高端化的同时，为品牌注入了时尚化基因，同时也积极拓展品牌出圈的全新方式。

从聘请林更新为品牌代言人，到全线布局直播及短视频平台，再到与小红书、抖音、快手、一兜糖等平台合作，打造多元化主题IP及热门话题，华帝始终以全新的时尚姿态与年轻消费群体展开对话，将“高端化、时尚化、年轻化”的品牌形象进一步夯实。



华帝的高端时尚在产品端有着更直观的体现。自转型高端以来，华帝陆续推出技术领先行业的语音控制烟机“魔镜”系列、炉头能翻转的魔碟灶、干态抑菌洗碗机等明星产品。

不仅如此，华帝还推动产品从高端智能单品向

全系时尚厨电进行升级，2019年11月推出智慧厨房全场景操作系统——VC00华帝智慧家智能管理系统；2020年，提出了“全系”概念，推出包含烟机、灶具、洗碗机、蒸烤一体机和热水器的厨电套系产品，旨在为消费者提供厨电全生态解决方案。



以用户思维做品牌，华帝无论是在品牌端还是产品端，都深受消费者认可和喜爱，获得“消费者喜爱的中国品牌100强”奖项，实至名归。此外，在2020年，华帝蝉联“中国品牌价值500强”、“亚洲品牌500强”，以及入选“2020品牌强国先行工程”，品牌实力显著，推动经济高质量发展。



## 亿联智能中山产业园项目开工仪式圆满成功

来源：亿联智能

近期，一个莺飞草长，风柔雨润的吉日，在万众瞩目之下，亿联智能中山产业园隆重举办开工奠基仪式！

参加奠基仪式的嘉宾包括中山市三角镇领导、亿联管理团队、亿联供应链团队、三角镇金融机构代表、施工方代表、监理公司、勘察公司近 150 人。深圳市临泉商会执行会长崔智铭、常务副会长刘有文、王新成，副会长牛虎，秘书长徐建山、商会部分会员单位代表受邀参加奠基仪式。



开工地点位于广东省中山市三角镇，地处大湾区的核心位置。在三角镇镇委、镇政府的力邀之下，经过去年下半年的试运营，感受到三角镇政府提供的一站式服务，体验了三角镇政府高效的工作作风，亿联智能这只金凤凰被三角镇的梧桐树吸引过来，认定了三角镇是实现再次腾飞的不二选择。



奠基仪式上，深圳清华校友会法律协会会长、斯坦福访问学者林显运先生、供应链代表扬宇科技有限公司销售副总张怀先生、施工方代表中山地质勘察院院长刘邵林先生分别上台致辞，预祝项目圆满实施。





亿联智能科技有限公司董事长郭俊峰在致辞中欢迎各界人士的到来,并详细介绍了亿联智能公司的发展状况、中山产业园项目的详情。亿联智能是国家高新技术企业、双软企业、中国机电进出口商会会员企业。自成立以来一直致力于智慧家庭终端产品的研发生产销售,拥有自主研发生产团队,已在三网融合、智慧家庭、物联网等领域取得较为瞩目的成绩。



产品畅销全球 60 多个国家和地区。公司拥有研发人员 230 人。已经取得 280 项专利和著作权。在深圳、韩国、合肥设立了研发中心,在深圳、中山、印度、巴西设立工厂,在美国欧洲设立销售中心,企业员工达到 1500 人。



中山产业园是亿联智能在中山三角镇的全资子公司。斥资 2.2 亿元打造一个 7.8 万平米的现代化智能产业园。建成后将实现年税收 1800 万元,解决就业 1200 人左右。奠基仪式标志着公司迈向了一个新的起点。



亿联智能董事长郭俊峰致欢迎辞

郭董事长的讲话意气奋发、催人振奋!我们看到一位充满知识和力量的新时代企业家正在踌躇满志,带领着自己的团队,大踏步迈向美好的未来!



奠基仪式在阵阵喜庆的烟花爆竹声中进行封土仪式：镇政府领导、亿联智能董事长郭俊峰、天中市科力电子有限公司张国祥、乡友李百军、庆丰电子黄庆斌、亿联智能董事副总韦杰、佛山市南海区飞鹏电器科技有限公司张中良 10 位嘉宾，共同启动金铲，为项目奠基封土。



团结协力共铸辉煌、展望未来蓝图宏伟！我们相信在三角镇政府的大力支持下，在郭董事长的带领下，中山产业园一定会顺利圆满建成，为中山三角镇的建设添砖加瓦，实现亿联智能的全球战略和高速发展！

### 关于亿联

亿联智能有限公司，国家高新技术企业、双软企业，一直致力于智慧家庭终端产品的研发、生产和销售，已在三网融合、智慧家庭、物联网等领域取得较为瞩目的成绩。公司深圳生产基地占地 16000 平方米，拥有数十条高速生产线和自动插件线以及配套的生产和工艺设施，1200 多名生产和工艺骨干多数具有数年智慧家庭产品以上的相关经验，每天产能可达 80000 台智慧终端产品，另亿联巨资在安徽省兴建了 13 万平方米的智能终端产品工业园，引进最先进的生产系统，打造日产能超过 20 万台的专业智能终端产品生产基地。

中山产业园是亿联智能在中山三角镇的全资子公司。斥资 2.2 亿元打造一个 7.8 万平米的现代化智能产业园。建成后将实现年税收 1800 万元，解决就业 1200 人左右。

# 后疫情时代家电业的新挑战来了！

2021-06-01 08:35

来源：家电圈

2021年以来的市场走势，让很多家电厂商没想到，竟然比疫情全面暴发的2020年还要艰难。显然，对于中国家电厂商来说，后疫情时代的各种挑战已经全面显现，问题正摆在所有厂商面前。

在一些家电业内人士看来，后疫情时代的挑战有很多，对于家电制造商、零售商，以及服务商来说，各不相同却根源一致：市场变天、用户变了、商业生态更变了。

其中，家电企业面临的最为直观挑战就是规模化可持续的增长没有了。一是传统家电产品的市场容量正在收缩和下滑；二是，传统家电产品的盈利空间也在持续下滑，大量同质化产品低价竞争日趋激烈；三是，企业间的竞争内卷化加速，包括从产品到营销手段、促销方案，以及分销渠道等都在同质化乱战中内卷，大家完全找不到新的突破方向。

同样，对于家电零售商来说，不管是线上的网店，还是线下的实体店，都面临着同样的问题，那就是人流量、客流量、日活量等全面缩减，产品卖不动只是表象，背后最为深层次的问题就是用户需求与家电产品出现“脱节偏轨”。更为痛苦的是，过去几十年“经久不衰”的价格战收效甚微，还要面临原材料上涨，核心部件价格大涨带来的经营成本上涨压力。低价卖不动，涨价又能怎么办？

再者，对于家电供应商来说，同样是有苦难言。大量差异化的核心部件研发需要时间更需要成本，而为了生存必须要保证规模化的常规产品出货。所以，面临去年定下的今年采购价，今年出现的一轮

新一轮涨价，以及核心部件的缺货等问题，叠加之后带给供应链的，正是一场“史无前例”的经营冲击。

此外，还有经常会被忽略的家电服务商，他们长期以来都是在家电企业，家电经销商的“商业夹缝”中生存发展。甚至很多时候为了活下去，不得不采取“无病乱修”、“小病大修”、“乱收费”等手段，通过变相手段向用户要费用，谋求活下去的利润。

种种这些，总结起来就是家电产业链的上下游企业们，如今正面临着新一轮，且颇为严重的“内卷”：供应商、制造商、零售商、服务商，相互之间原本是一条船上的“利益共同体”，在产业上升、需求增长的背景下大家都能享受来自行业、市场、人口，以及政策等一系列红利。但是，一旦行业下行、规模收缩、利润走低，那么就会出现严重的相互“倾轧”。简单来说，就是家电制造商肯定会“向上挤压供应商”、“向下盘剥经销商”。同样，家电经销商自然也会出现上述情况：向上挤压家电品牌商，向下盘剥家电服务商。

面对这种局面，作为一线市场竞争主体的家电企业和商家们，又将怎么办？日前，在2021年中国家电流通大会上，海尔集团高级副总裁、首席体验官李华刚明确提出了三条道路：一是，以产品为内核，抓住高端化趋势、筑高端群体价值；二是，以需求为指引，锁定用户精准需求，筑智慧方案价值；三是，以平台变革为驱动，创建家生活平台，

筑生态服务价值。为此，海尔智家已经完成从高端品牌、场景品牌、生态品牌一系列商业举措的落地和探索。

目前，对于很多家电厂商来说，大家正在探索的道路，其实已经有几条了：一是，从单品到套系、成套家电的落地，要从买单品向套系的价值转型；二是，从产品的销售，向产品的设计、安装、服务等一体化转型，要从卖产品向卖服务的策略转型；三是，从低端的低价抢规模抢份额，向高端的高附

加值增值增策略，从过去的向数量要效益转变为向质量要效益。这既存在对于海尔智家一系列举措的认同和跟进，也存在基于产业发展不同时期的探索与变革。

当然，这些出路是否适合所有的家电厂商，目前来看并不确定。还需要不同的家电企业，根据自身的经营策略和逻辑去判断和探索。所以，从2021年开始，一轮家电厂商应对挑战的新周期已经到来，只能以变应变！

## 暂时安全？家电芯片供应乱世求稳

2021-06-10 08:20

来源：《电器》杂志

赵明

芯片，一个小小的电子器件，难为了华为，也难为了汽车制造业——2020年9月15日，芯片断供，华为犹如被人掐住了喉咙，60%与芯片强相关的业务发展严重受限，手机业务更是遭受巨大打击；2020年12月下旬开始，因芯片短缺导致全球各大车厂减产停产的新闻此起彼伏，至今仍未得到缓解。随着家电制造朝着高端化、智能化、变频化方向发展，家电芯片的市场需求量正在迅速膨胀。全球芯片短缺造成的恐慌还在蔓延，2021年，中国家电制造业也要舔尝这“缺芯”之苦吗？

### 供需缺口大，家电芯片能否躲过？

芯片的应用领域覆盖几乎所有的电子设备，是计算机、家电、数码电子、自动化、通信、汽车、高铁、航天、医疗仪器等诸多产业发展的必要元素，是改造和提升传统产业的核心技术。蓬勃发展的中国，从没有像今天这样需要芯片。从数量来看，2020年，中国芯片行业市场容量约为7000亿颗，而2021

年，这一数字或将超过8000亿颗。从技术角度来看，中国制造正在由大而强，当然需要最先进的芯片技术支持，国内市场对高制程芯片的需求量正在攀升。令人抓狂的是，目前，在芯片供应体系中，无论数量还是技术，中国制造都不掌握话语权，恐慌正是由此而来。

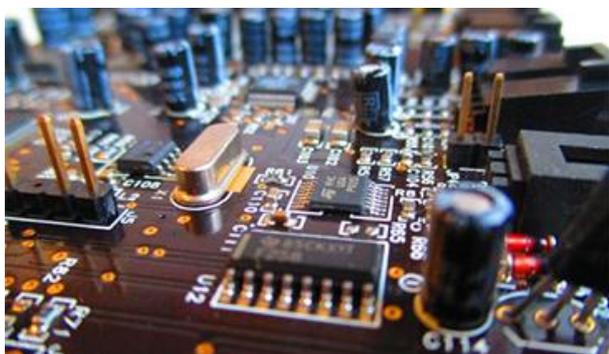


综合多位芯片制造业行业人士的看法，芯片产能供需缺口大，预计会持续两年甚至更长时间。具体到家电制造业，中国家电制造业对芯片的需求与日俱增，芯片市场规模约为500亿元，是否同样受到本轮“芯片荒”的威胁？近期，《电器》记者多

方采访了解到的情况是，目前家电芯片供求基本保持平稳，但交期明显拉长，并出现高端芯片采购困难的现象。

### 家电芯片增量相对平缓，技术水平低

事实上，家电制造用到的芯片种类很多，包括MCU 微处理器芯片、电源管理芯片(包括 AC-DC、DC-DC 等)、智能功率模块(内含 IGBT)、LED 驱动芯片、Wi-Fi 通信芯片、音频驱动芯片、温/湿度传感器芯片等。但是，在现阶段，冰箱、空调、洗衣机等家电单台使用芯片的数量有限，多数只需配装几颗或者十几颗芯片即可满足设计要求。只有个别高端智能机型，才有可能用到更多芯片。尽管中国家电制造因体量庞大而显现出数百亿元的市场需求，但在家电制造领域，芯片应用还处于初始阶段，尚未到达增量爆发点，相比其他热门领域，对芯片的需求相对平缓、温和。



与此同时，相比手机、汽车、工业控制等领域，家电对芯片的技术水平要求较低。描述芯片性能的时候，28nm、14nm、10nm、7nm、5nm……这样的数值用来描述芯片的制程工艺，数字越小表明芯片的性能越高。制程工艺的每一次提升，带来的都是芯片性能的增强和功耗的降低。目前，在芯片市场上抢单激烈的是先进制程工艺芯片，比如 14nm、7nm，甚至 5nm。而家电制造使用的芯片并不需要

太高的制程工艺，28nm 算是设计“顶配”选项，40nm 已经够用了，55nm、90nm 应用普遍。低制程工艺芯片领域可以供货的配套厂相对较多，除了国际几大芯片制造巨头，国内很多企业也可以稳定供货，产能相对充足，合作方的可选范围也比较广泛。

### 芯片供应风险必须在可控范围内

应该说现阶段的家电制造业是幸运的，无论需求量还是技术级别，家电芯片还没有触及芯片供求那最敏感的神经，但就此高枕无忧？回答是否定的。“全球芯片供应危机日益严重，家电应用领域不可能独善其身，芯片供应吃紧的现象很可能逐渐蔓延至家电制造业。”这是目前家电产业链上大家共同担心的问题。事实上，在多重因素的干扰下，家电制造业已遇到芯片供货交期严重拉长的问题。

“即便扣除芯片制造原材料短缺、产能不足的影响，美国不断加强对芯片的出口管制也是‘悬在头上的剑’，难保家电企业或者家电产业不会陷入和华为相似的困境。”某家电业内人士在接受《电器》记者采访时说，“半导体产品的设计和制造流程非常复杂，需要非常高的研发投入与资本支出，因此需要高度专业化的全球产业链，大家根据自身的优势在产业链中发挥不同的作用。而美国的一系列做法摧毁了全球半导体产业链的这种和谐和默契，产业链上各个环节都紧张了起来，拼命延展自己的掌控力。在这样的背景下，家电行业还要早做打算，芯片供应风险必须在可控范围内。”

乱世求稳，伺机破局，毋庸置疑，现阶段产业链上各个企业在芯片领域推进的每一项积极举措都关乎家电行业的未来。

# 原材料涨价、海运紧张、汇率波动 冰箱出口吸引力不再？

2021-06-02 08:31

来源：中国家电网

贾琼

去年下半年以来，出口“爆单”成为常态，无论对于小家电来讲，还是冰箱等其他家电品类，疫情带来的海外需求增长着实让家电出口一片繁荣。不过，在当前全球经济和市场环境的持续巨变中，原材料价格持续上涨带来的成本压力、叠加海运费用的不断增加以及汇率的波动等的风险压力，似乎让冰箱出口贸易的吸引力逐渐减弱。

## 订单暴涨 利润却跌了

中国作为世界家电生产中心，得益于对疫情的成功防控和产业链供应链配套优势，地位进一步巩固。对应的，2021年一季度家电出口形势延续了去年下半年的大幅增长态势，海外居家抗疫的生活方式持续拉动冷藏、厨房小家电等绝大部分产品消费需求。根据海关总署发布的数据，今年1-3月，我国家电出口量8.81亿台，同比增长56.3%；出口额227.6亿美元，同比增长75.5%。其中，冰箱出口市场依然延续了上个季度的暴增模式，出口量达1035万台，同比增长49.1%，出口额为17.80亿美元，同比增长80.5%，即使相比未受疫情影响的2019年同期，冰箱出口市场量额增幅分别为43.6%、68.6%，表现依然十分亮眼。

“国内冰箱订单‘爆满’，源于欧美等国家的需求回升。目前，国内家电等产业链已经开始正常运转。国外受疫情影响，各国工厂恢复较慢，海外供应链面临挑战，故此，全球订单不断向中国集中”。博西家电相关负责人向中国家电网记者分析

表示，随着我国疫情防控形势持续向好、生产生活秩序加快恢复，疫情防控和经济社会发展工作取得积极成效。在全球其他区域都无法正常复工之时，我国制冷企业以一己之力撑起了全球冰箱市场。

“经过去年底全球疫情的又一轮蔓延，各国还将继续收紧防疫政策，目前来看，未来一段时间，冰箱出口量还将持续增加，地球村居民储存食物的需求也将拉动冰箱冷柜出口进一步增长。”

无疑，我们正处在百年未有之大变局中，这样的局势下，中国家用电器协会秘书长王雷也认为，冰箱出口市场的“高歌猛进”，主要得益于去年以来行业的有效抗疫和防疫，以及国际市场的疫情蔓延对冰箱产品需求增长，另外，消费者提前换大冰箱的需求也因为疫情增加很多。“但随着海运出现紧张，运费成倍增长、大宗原材料价格持续攀升等这些因素也是我们作为制造业很难自主把控的，对于我们企业的利润或可持续发展能力带来极大伤害。”

事实上，中国家电网也注意到，开年以来，除了铜、铝、钢材、塑料等大宗原材料价格接连出现多轮上涨现象，致使包括冰箱在内的多数白电企业成本压力持续加大。从海外情况来看，据航运咨询机构德鲁里统计，2021年第一季度全球集装箱货运量同比增长近9%，中国出口集装箱运价综合指数(CCFI)均值为1960.99点，与上一年同期相比增长113.33%，与上一季度相比增长56.8%。而3月

底发生的长荣海运集装箱货船事故更是造成苏伊士运河堵塞，丹麦货轮公司 Vespucci Maritime 指出，经过长荣搁浅事故，全世界的航运要恢复正常化，至少还需要四到六个月，预计短期内海运成本仍将继续呈上涨趋势。除此之外，今年以来，离岸、在岸人民币汇率被迫升至 6.3 元，更是几度向 6.4 元关口发起挑战，创下三年新高。如此上涨，对于进口企业当然是巨大利好，但对于出口企业来说，这座大山一压，业务就变得更艰难了。

某工厂位于南京的白电企业负责人便向中国家电网记者透露，当前产品成本与人民币汇率同升局面对于公司冰洗产品出口造成较大压力。“订单量非常大，但是实际利润非常薄或亏损接单”，这是该负责人描述当前很多白电企业都在面临的出口业务难题。“对于我们来讲，从去年 9 月份开始，运费上来、汇率上升、成本也上升后，后面接到外销单子基本都没挣到钱。”

“出口从表面看的话比较繁荣”，近日召开的“2021 中国冰箱行业高峰论坛”间隙，新飞电器副总经理刘斌在接受中国家电网记者采访时也分析提及，尽管行业出口数据表现亮眼，但受汇率、船期、交付期乃至交付期之间的成本变化等影响，实际上“叫好不叫座”，尤其对于那些没有自主品牌、靠代工生存的冰箱企业而言，所承受的压力非常大。

对于新飞而言，刘斌向记者表示，由于隶属中原地区，距离港口较远，区域优势不占广，因此新飞冰箱出口量比较小，目前行业面临的出口方面的利润压力也并没有太多被波及到。但从与刘斌的对话中，仍依稀可见当前冰箱行业出口方面物流压力

之大。“同样一个货柜，比如说装 96L 的冷柜，装箱量基本在 240 台上下，如果在宁波出口的话，这一个货柜大概需要 600 元人民币，放到南京出口大概是 3000-3200 元人民币，但在新乡出口，就要达 6700 元人民币左右。”而这，还仅仅只是集装箱的费用变化。

惠而浦(中国)冰洗产品市场部总经理单冷璇也向记者分析透露，目前集装箱比较“缺”。“像货柜的价格有些比较夸张的，甚至翻到 10 倍左右”。因此，在基于对冰箱出口市场需求持续看好形势下，惠而浦冰箱出口业务除了要解决产能供应的问题，集装箱类物流方面的费用压力也是亟待解决的问题之一。

#### 除了“调结构” 外销还能如何“保盈利”？

王雷说，“行业今天相比于增长，更需要的是利润”。内销市场，可以通过“调结构、保盈利”，那么外销市场呢？除了“调结构”，冰箱企业还能做些什么？

头部企业如海尔冰箱可依托全球供应链优势(据 2020 年报显示，海尔在全球运营 14 个研发中心、122 个制造中心、108 个营销中心，并在海外市场覆盖接近 13 万个销售网点)，降低如海运等费用提高带来的经营压力，实现出口业务利润增长(一季度海尔冰箱海外市场销额同比增幅 36%)，其它企业呢？

作为出口型企业之一的惠而浦中国，其目前总体出口业务占比已达到约 50%，因此单冷璇坦言，汇率等的一些变化对于惠而浦冰箱的影响还是比较大的。“毕竟我们是做离岸口径，整个如美金结算基准，对我们来说确实是有影响的，但出口的需

求会一直在一段时间内继续保持这么旺盛吗？我认为会的”。在单冷璇看来，疫情改变的不仅是中国而且是全人类的生活方式，特别是西方国家，本来他们对于食材的采购习惯基本就是约一周一次，家里放一个特别大的冰箱，把食材都放进去。而去年以来，疫情影响持续发酵，美国拜登政府登台后，也号召民众不要去人员密集的地方，因此目前来讲，像美国等北美市场，消费者对于食材的采购频率进一步降低，从之前一周一次可能现在一个月才会采购一次，这就对家里冰箱的存储空间以及保鲜技术提出了更高的要求。

“目前从我们出口订单需求来看，仅惠而浦冻龄冰箱产品，工厂生产线 24 小时排班，都满足不了北美乃至全球的订单”，单冷璇表示，加上上述提到集装箱紧缺且费用不断提高问题。目前惠而浦冰箱出口业务亟待解决的一是产能供应的问题，二是物流问题。产能方面，惠而浦冰箱内部正通过生产效率的提升以及供应链的整合来消化一部分压力；物流方面，自格兰仕正式成为惠而浦中国控股股东后，双方达成一致将共同携手走向新篇章。格兰仕集团董事长兼惠而浦中国董事长梁昭贤强调，格兰仕和惠而浦中国的合作将以发挥双方优势为主，格兰仕将率领中国制造为惠而浦“添砖加瓦”，同时将通过双方的合作拉动全产业链优势，共同努力打造出更受用户、员工和客户满意的跨国企业。而基于格兰仕在 OEM 出口方面的体量也相对较大，单冷璇称，惠而浦中国也在积极探索寻求与格兰仕在物流等供应链方面的协同。

同样以出口业务见长的奥马冰箱，在过去一年即使疫情背景下，依然实现冰箱业务海外市场销售

增长。“尽管疫情严重，奥马冰箱却凭借严苛的欧盟品质和卓越的技术，蝉联欧洲市场 13 连冠。去年我们提前实现了‘产销千万台’的战略目标，销售冰箱和冷柜合计 1115 万台，同比增长 17.3%，实现营业收入 83 亿元人民币，同比增长 16.1%，创造了新的纪录”，奥马冰箱相关负责人表示。今年 3 月份，奥马冰箱更是在中山南头镇出资 12 亿建设智能冰箱制造基地，据悉，该基地建设面积达到 72000 平方米，拟定 2021 年达成 280 万台-300 万台的产能，奥马冰箱总裁姚友军自信称，今年底奥马冰箱有望突破 100 亿元的销售目标，并向未来 5 年突破 150 亿元目标迈进。

对于不占地域优势的新飞，目前其小批量出口的主要为 96L、141L、151L、300L 以及一个更大容量段的五种类型冷柜产品，出口国家主要包括蒙古、智利、德国、韩国等。“现在制约我的最大问题就是 FOB 费用”，刘斌对此有些头疼，他考虑后期可能会响应国家号召，通过比如一带一路政策搭载，以中欧班列来解决整个运输问题。“在产品上已经准备了，目前有一定的规模。”

在国家各项政策的支持下，华日冰箱也有充分的信心积极拓展出口市场，抓住区域、细分市场的增长契机，取得更好的发展。基于对中国国内的经济形势、后续国内外疫情控制的差异以及国内冰箱行业巨大产能的分析，包括华日冰箱在内多数冰箱企业负责人均认为，虽然仍有众多潜在的不利因素影响，但在短时间内中国冰箱行业出口量必然会进一步增长，2021 全年中国冰箱出口将再创新高。

# 内卷化对家电企业的伤害超出想象

2021-06-29 08:12

来源：家电魂

一个内卷，一个躺平，如今在家电行业也悄然走红，成为很多家电厂商的真实写照。但背后的辛酸，非家电行业人士显然很难理解。

“家电行业的内卷实在是太严重了！很多企业的内卷，如今已经直接升级为内耗和内斗了。你真的很难想象”。

日前，有家电厂商人士在与家电圈交流时直言，当前的市场竞争内卷，不只是家电企业与企业之间，商家与商家，更为重要的是很多家电企业内部不同产品事业部、不同职能部门间的内卷同样很严重。不只是杀伤力大，而且侮辱性极强，很容易引发企业的内耗与内斗。

一位市场营销人员则介绍，就在今年618年中购物节期间，一些家电集团公司对于产品事业部就规定了很多的推广、传播等KPI考核标准，初衷肯定是好的，就是为了推高市场和消费热度。但一家企业的不同产品公司之间，为了抢夺同样的流量和渠道，往往在一线市场上就会出现严重的“内卷”：

比如说，抖音、微信、微博的引流和话题炒作，面对同样的促销主题，虽然产品属性不一样，但同一家企业的不同产品公司，大家都要争夺，自然会推高平台对于同一个话题和热度的引流成本，甚至还会逼着一些产品公司为了完成KPI，往往会购买大量的水军和粉丝，来人为炒作话题。很多企业的炒作内容和话题，根本没有几个真正的消费者在关注，全是公司购买的流量和水军在PK。

同样的问题，其实还出现在同一家企业不同产品公司的市场营销过程中。面对同样的渠道，同样

的客户，却要面临不同的KPI考核，而且还是由不同的营销团队在对接这些渠道资源和客户，自然会出现比较典型的“资源内耗”甚至“相互比拼带来的内斗”等问题，最终演变成一个平台的不同产品，为了市场竞争而出现严重的内卷。

当然，家电集团不同产品公司的内卷，或许还可以通过组织架构、营销整合、体系协同等手段来彻底解决。但是，面对同一个市场，同一个渠道，同一群用户，手握相同产品、相同渠道布局的家电企业之间的内卷，如今已经严重到：即使是“没有最低，只有更低”的价格竞争，也达不到预期的市场效果了。

正如一位家电业务员所说，目前家电市场的内卷，最核心的病根，就是全面同质化，可以说从产品技术、功能卖点、外观设计，甚至到了市场营销、促销推广，以及销售渠道、售后服务，各个环节都是同质化较量。最终，比来比去，除了比市场执行速度、比销售网点的覆盖面，就是比烧钱引流量的能力，以及比低价的透支能力。

由此来看，这两年家电市场的问题，并不只是表现出外部的时代更迭，产业换挡，以及市场和消费的低迷，而是大量家电企业、商家面临高度的同质化局面，已经陷入严重的“内卷”之中，带来的层出不穷内耗，以及持续不断内斗。

面对这种局面，家电厂商突破市场困局和难点的方向，显然需要一场“由内而外”的系统变革。说白了，家电厂商要想突破，得向自己动手术了！

## 厨电行业迎来结构换挡期，开启新一轮竞争

2021-06-04 08:47

来源：电器微刊

在疫情影响下，本就进入深度变革的厨电行业出现规模下滑。随着疫情逐渐得到控制，消费需求开始反弹，加之促销政策等利好因素，2021年中国厨电市场进入恢复阶段，洗碗机、集成灶、蒸烤一体机等品类表现更是可圈可点。在市场需求起伏之下，厨电产品集成化、智能化、健康化、场景化等趋势进一步凸显，行业迎来结构换挡期。

“烹饪社交”以及厨房场景扩容的兴起，洗碗机、蒸烤一体机、集成灶、嵌入式产品等新兴品类需求增长，成为市场“新宠”，各大品牌不断加大产品布局。

2021年，伴随国内经济复苏，低迷的房地产市场迎来竣工潮，带动了厨电版块需求的提升，行业迎来“开门红”，众多品类业绩走势强劲。奥维云网(AVC)数据显示，2021年第一季度，吸油烟机全渠道零售额为58亿元，同比增长89.5%，零售量为405.6万台，同比增长59.1%；燃气灶全渠道零售额为35.5亿元，同比增长60.3%，零售量为523.3万台，同比增长34.7%；集成灶的涨势更为喜人，全渠道零售额达到39.8亿元，同比大涨163.3%，零售量达到48.6万台，同比大涨144.6%。



### 迎来“开门红”，未来增长仍将承压

受新冠肺炎疫情和行业大盘的双重影响，厨电市场在2020年出现负增长，全年呈现出低开高走态势。万家乐有关负责人分析称，2020年，厨电行业呈现“N”型走势，从“增量”分享型竞争进入“限量”掠夺性竞争。具体来看，2020年第一季度行业处于低谷，第二、第三季度市场回暖，第四季度市场开始增长。根据该负责人提供的数据，2020年中国厨电市场整体规模约为1044亿元，呈同比下降趋势。

在疫情影响下，厨电市场需求一定程度上被抑制，但从品类发展来看，对于厨房体验的改善依旧是厨电制造商不懈的追求，尤其是随着“宅经济”

从多品类市场表现来看，厨电行业呈现出一片欣欣向荣的发展态势，疫情对厨电行业的负面影响基本消退。虽然如此，疫情之前厨电行业就已露头的需求低迷问题仍然存在。这也导致厨电市场表现出两极分化特征。博西家电有关负责人告诉《电器》记者，与疫情前的2019年同期相比，2021年第一季度吸油烟机和燃气灶的市场规模仍有所下滑；受健康观念的影响，消毒柜和洗碗机呈现同比上升趋势。

对此，万和厨电产品企划部总监管光明也表示，仔细对比就会发现，2021年第一季度厨电行业所呈现的高增长，是建立在2020年低基数基础

上的恢复性增长。“厨电市场表现其实并没有想象中那么好，尤其是以吸油烟机、燃气灶为代表的传统厨电品类。未来厨电行业增长仍然承压。”管光明冷静地分析道。

究其原因，主要是以往房地产高速发展带动的厨电行业快速增长不复存在，厨电行业已经进入存量市场。虽然过去的增长方式已经失效，但存量市场的换新需求开始释放，为厨电行业未来发展提供了新的增长点。

### 新一轮竞争大幕拉开

疫情之下，本就处在深度变革的传统厨电产业，进入白热化红海竞争阶段，厨电行业早已不是传统意义上“来钱快”、利润高的红利高地，而是需要创新科技、品质、服务等齐头并举的专业领域，如此才能打动消费者，提高他们的“换新”意愿。

正是如此，即使在疫情期间，厨电行业的技术升级和产品更新也从未停止。方太有关负责人认为，“创新是企业发展的第一动力”，因此方太不断推动产品的创新。他进一步说：“去年疫情期间，我们上市了不少的新品，仅集成烹饪中心、水槽洗碗机两大龙头产品就完成了多次迭代，收获了非常好的市场表现。”

创新，同样为企业持续发展提供了重要引擎。据博西家电有关负责人介绍，2021年，博西家电将继续加速提升厨电产品在中国市场的高端科技创新能力，凭借强劲实力为中国消费者带来更多本土化创新解决方案，充分满足消费者的需求。

随着各品牌加快产品升级的步伐，厨电行业围绕着健康、场景、套系、集成所开展的新一轮技术与品牌竞争大幕已经拉开。

厨房是家居生活中的重要场景。随着互联网的发展，单一的厨电产品已经无法满足消费者的场景化需求，“智慧厨房”理念不断升温。博西家电有关负责人认为，厨房场景的智能化发展是建立在用户需求方面的全新探索，消费者对厨房的诉求是要有更大的便捷性，做饭要省时省力，下厨要成为享受。在互联网经济大潮下，智慧厨房已然成为厨房生活和厨房行业变革的焦点。

目前，各大企业都在研究智慧厨房，也官宣了很多智能场景方案，例如海尔推出的“三翼鸟”品牌，就可以通过全流程智慧美食场景解决方案满足用户厨房需求。

厨电套系化也正在成为企业深耕厨电市场的抓手，老板电器、方太、博西家电、万和、格兰仕等品牌均有所布局。在格兰仕有关负责人看来，通过对单品进行整合突出整体感，从单品高端走向套系高端，提供成套整体厨电解决方案，更符合当下消费者对新生活、新场景的需求。

当前最常见的厨电套系化，已经从中国厨房传统“三件套”（吸油烟机、燃气灶和消毒柜）向新“四件套”转换。老板电器2020年提出中国新厨房标准4件套，以“吸油烟机、灶具、蒸烤一体机、洗碗机”为起步的厨房电器4件套，有效解决烹饪前中后的各种麻烦。老板电器有关负责人表示，对老板电器而言，4件套是新的起步，而不是最终的结果。接下来，老板电器将在烟、灶、蒸、洗4件套的基础上，不断完善产品线结构，寻找更适合中式烹饪习惯的烹饪方式。

集成与嵌入，也是目前厨电行业发展一大鲜明特色。据帅康营销公司副总裁兼集成厨房营销公司

总经理杨兵介绍，随着厨房面积趋小，各企业都在积极探索厨电集成化，将一款产品从单一烹饪跨越到多功能集成一体，节约厨房空间。蒸烤一体机、集成灶、集成水槽等产品均是该热点下的产物。此外，厨电嵌入式的安装方式，不仅有效利用了空间，还能满足消费者对家居美观的追求。

### 渠道变革深化，直播转化率不高

在疫情的催化下，家电渠道的变革在多个方向上继续深化，已经形成多条通路并行的局面，并且渠道结构逐步呈现出无界化、扁平化以及前置化等趋势。厨电行业亦是如此。目前厨电行业线下渠道由地标店、KA 等传统渠道向泛家居行业发展，家装建材、房地产工程渠道不断扩展；线上渠道不再局限于京东、天猫、苏宁、拼多多四大专业电商平台，呈现出碎片化发展态势。其中，直播成为最大亮点，成为各企业官方旗舰店的“标配”。



为此，厨电企业开始调整渠道布局。例如博西家电正不断均衡布局线上市场和线下市场。据博西家电有关负责人介绍，2020 年，以直播为代表的线上营销表现强劲，博西家电快速调整营销策略，以线上直播、互动短视频、微博话题、跨界合作等多种营销活动全方位贴近消费者，在传递创新技

术、高端产品和优质体验的同时，也加强了消费者对博西家电的认知。针对疫情期间的特定情况，博西家电也对销售渠道进行了一定的调整，如根据线上、线下渠道的不同特征，有针对性地提供相关产品，并与电商平台建立更紧密的合作体系。

尽管直播已经成为厨电企业官方旗舰店销售的标配，但转化率并不高。杨兵表示，厨电产品开启直播营销的时间相对较晚，加上其低频次、高消费的属性，相比服装、化妆品等品类，厨电产品直播的成交转化率并不高。

尽管如此，直播对当下厨电企业仍有重要价值，即实现流量的沉淀与转化。管光明认为，企业可以通过直播把消费者的购买需求释放，然后通过线下市场将售卖后续执行落地，达到线上线下有效无缝对接，形成完整的闭环链路。

除此之外，厨电行业销售渠道也在加速下沉，“品牌店”再迎风口。万家乐、格兰仕、方太、老板电器等企业不约而同地将营销战场锁定在三四级市场，挖掘乡镇用户的产品需求。相较于逐渐饱和的一二级存量市场，蕴含巨大消费潜力且仍在不断高速发展的三四级及以下市场，正在成为厨电企业的“香饽饽”。

后疫情时代正在来临，厨电行业迎来了新一轮的发展，行业升级趋势已非常明了。随着换新需求的不断释放，虽然未来厨电行业增长将持续承压，但仍有不小的发展空间。如若企业想要形成市场竞争优势，必须不断保持创新能力，紧跟消费需求深研产品，才能在换新市场中走出属于自己的快速发展之路。

# 加速高端化转型，我国智能电视行业逆势崛起

2021-06-11 09:06

来源：中国电子报、电子信息产业网

宋婧

一年一度的“6·18”狂欢购物节如约而至。记者从京东、淘宝、拼多多等多款购物APP上看到，智能电视市场已经掀起了一波“购物潮”。从品类来看，智慧电视、激光电视、8K电视、4K高清、超大屏幕等产品琳琅满目、应有尽有。从品牌来看，小米、华为、三星、TCL、索尼、康佳、海信、长虹等皆已在“摩拳擦掌”，全力冲刺年中销售量排行榜。



## 稳中求进，我国智能电视行业韧劲十足

在过去的一年，新冠肺炎疫情席卷全球，全球电视机需求量大幅增加。根据群智咨询(Sigmaintell)的统计数据显示，2020年全球电视市场出货量逆势成长，同比增长2.6%，规模达到2.47亿台，创下近五年来高点。

从国内市场来看，智能电视行业化危为机、稳中求进，彰显出了十足的韧劲。根据中国电子视像行业协会披露数据，近五年来，我国彩电需求量总量约5300—5500万台，零售量维持在4600—4800万台水平；彩电产品平均尺寸从44.5英寸增长至52.9英寸、4K超高清电视渗透率从30.8%增长到

71%。此外，我国彩电产品的技术多样性也进一步提升：激光电视、OLED、ULED、量子点背光液晶、Mini-LED背光液晶、叠屏液晶等技术被成熟应用于电视机产品。

中国电子视像行业协会执行秘书长彭健锋指出，尽管近年来市场单价出现快速下滑现象，由此带来了以金额计算的市场规模以每年6.6%的速度萎缩，但彩电内需远未达到天花板。目前国内彩电保有量约6亿台，按照7年换新的周期计算，彩电市场的理论规模应为8000万台水平。且新技术的快速迭代加速了换新频率，同时也带动了消费升级需求。我国作为全球最大消费电子市场仍具有一定市场增长空间。

疫情期间，国产智能电视的海外业务表现尤为亮眼。中国海关数据显示，2020年全年，中国液晶电视机出口数量同比增长6.8%，出口金额同比增长7.3%。国产电视厂商们也纷纷亮出了优秀的成绩单。海信电视2020年在海外市场销售量同比增长超过50%；创维集团2020年海外营业额增长率为37.6%；2020年TCL品牌电视机销售量同比上升27.2%。

## 以质取胜，加速迈入高端化转型阶段

当前，国内市场“低价竞争”的蓝海时期已经过去，彩电行业正在加速迈入“以质取胜”的高端市场竞争阶段。公开资料显示，小米、创维、海信等品牌冲进了国内彩电行业第一梯队，海尔、TCL等位列第二梯队。几乎所有头部企业都在全力冲击

高端市场。从他们陆续推出的新产品特点来看，电视产品与前沿技术的融合成为重点，大屏化、8K、智能化已经成为主流趋势。



以小米为例，它极力摆脱“廉价”、“低端”的标签，试图以“技术”、“创新”刷新外界对其品牌的认知。大师系列电视产品的推出，被认为是小米正式开始实打实地冲击高端市场的标志。随后，小米先后推出多款新品，不断将8K、大尺寸、OLED、5G、MINI-LED、8K等前沿概念融入其中，推陈出新，抢占高端市场份额。截至2021年一季度，小米智能电视已连续九个季度稳居中国大陆出货量第一，全球智能电视出货量稳居前五。

深圳创维-RGB电子有限公司董事长王志国表示，创维电视一直以来的定位就是走高端路线。今年3月的春季发布会上，创维推出的两款OLED电视产品充分彰显了其对高端市场的野心。据介绍，W82是创维首台OLED变形电视，搭载4K 120Hz OLED柔性显示屏，科技感十足。W92则是全球第二款、国内第一款面向消费市场的量产8K OLED电视，搭载独创的玻璃发声技术，售价近20万，被称为创维截至目前的巅峰之作。创维表示，2020年其在OLED高端线下市场销量第一，在全行业OLED电视的市场份额达到49.8%。

## 突破显示边界，寻找逆势增长新机遇

在各品牌商集体向高端市场转型的过程中，突破显示的边界被认为是一个关键增长点。在显示技术层面，8K、OLED、Mini LED等新技术在酝酿着向主流的LCD发起进攻。目前，三星、TCL、创维、LG等品牌都已强势入局Mini LED。奥维睿沃预测，2021年Mini LED背光电视出货规模将达400万。

在应用层面，场景细分将成为彩电行业实现由点到面突破的新战场。通过搭载不同的配置、功能和应用来满足在特定场景的应用需求成为流行趋势。比如搭载摄像头，能实现视频通话、家庭互动等功能的社交电视；再比如，配备4K+120Hz+智能芯片等专为游戏爱好者打造的高性能电视；此外还有AI健身电视等。专家指出，场景的细分将进一步增加电视产品附加值，成为价值增长的另一个突破点。

针对电子影像产业未来发展方向，彭健锋指出，应从打造内容服务生态、更新消费观念、加速商用显示产品普及、加强新一代显示技术在大屏应用、注重知识产权等五个方面进行提升。他建议：“一是要以市场化力量打造万亿级内容服务生态。二是更新消费为全球最大终端消费市场释放潜力。三是规模经济加速商用显示产品的全面普及。四是大屏应用助力新一代显示技术弯道超车。五是知识产权工作作为产业健康发展保驾护航。”

作为中国市场化最早的一个行业，也是成熟最高、竞争最激烈的行业之一，彩电行业正处于新旧动能转换、产业迭代更替的关键时期。可以看到，它正在以乘风破浪之姿驶向全新的里程碑，未来值得期许。

# 撕掉“舶来品”标签 新兴厨电释放纯增量空间

2021-07-08 08:31

来源：中国家电网

刘拓

近两年，受国内房地产低迷影响，传统大厨电市场表现不佳，但以洗碗机为代表的新兴厨电，表现出色。以今年618期间为例，奥维云网线上监测数据显示，洗碗机线上零售额实现9.3亿元，同比增长26.5%，同比2019年618上涨99.0%；另外，嵌入式复合机实现零售额4.0亿元，同比上涨48.8%，同比2019年618上涨179.8%。而与之对应的是，嵌入式单功能机零售额同比下滑14.9%，同比2019年下滑30.4%，说明消费者更青睐“一机多能”，单功能机产品份额一定程度上被复合机挤压。



## 新兴家电带来纯增量空间

有家电零售渠道商告诉中国家电网，近年来，诸如洗碗机、干衣机、智能马桶、智能门锁、蒸烤一体机等新兴产品需求增长迅速，“在渠道内，我们将洗碗机、干衣机归为一类，这是目前增长最好地产品，他们的共同点是节省时间，帮助消费者提高效率；而蒸箱、烤箱又是一类，他们需要你有钱有闲，属于增加生活趣味的，特别是烤箱，烘焙一顿餐食要做大量前期准备，比较麻烦。我们自己分析，接下来洗碗机和干衣机的推广会更有效，会成为继现有必备刚需家电外第二批走入中国家庭的

产品，他们确实好用，有了以后离不开。但是蒸烤箱受制于前期准备工作，需要更多引导。现在我们做了大量阳台改造，厨房改造工作，阳台改造为干衣机入户提供了方便，厨房改造则主要是洗碗机入户；蒸烤产品则是特定人群需求，相对而言，带有蒸功能的产品相比单烤产品更受欢迎，主要是餐前准备较少。此外，便是智能门锁、智能马桶，属于泛家电类。”而渠道方面也十分欢迎这些新兴产品的入驻，“因为对我们而言，新兴产品带来的销售属于纯增量。”

而新兴厨电在传统厨电品牌内部占比方面，也有大幅增长，以老板电器为例，2020年其蒸烤一体机和洗碗机两类产品的合计收入占到了总营收的7.4%，同比增加4个百分点。奥维云网数据显示，2020年老板嵌入式蒸烤一体机线下渠道8000元以上市场中，零售份额占到37.1%；2020年其在嵌入式洗碗机线上、线下零售额分别排在第5和第4名，新品类运营走向成熟。在2020年，老板电器还提出了“中国新厨房，老板四件套”的Slogan，其中四件套为烟机、灶具、洗碗机和蒸烤箱，这也代表着绝大多数厨电企业对中国未来厨电刚需配置的畅想。

## 撕掉“舶来品”标签

无论洗碗机还是蒸烤箱，一开始都是西方“舶来品”，在设计和功能实现上对于中国本土消费者的习惯多有不适应。现在，随着消费者对新兴品类接纳度的提升，市场扩容，有越来越多企业投入到

本地化研发过程中，符合“新中式”标准的产品大大取悦了用户，让这些新兴品类开始摘掉“舶来品”标签。



其中变化最明显的是洗碗机。前些年，行业围绕“洗碗机高度”、“适用空间”、“碗篮”、“重油污”等进行了大量调整，让洗碗机更符合中国消费者人体工学、中国厨房建筑面积，以及深碗大盘和煎炒为主的环境。近两年，行业技术深入到干态存储、锅具清洗、洗涤效率提升等方面。以干态存储为例，西方国家由于厨房面积较大，一般洗碗机洗完会将餐具取出至碗橱内存放；但国内厨房面积较小，不少用户直接将洗碗机作为餐具存储的“碗柜”，这就引发一个问题，如果洗碗机内留有残余水，潮湿的环境容易滋生细菌，造成二次污染。针对此，国内洗碗机企业重点研发了“干态”技术，保证洗碗机内不断通风换气，避免潮湿环境，长效抑菌。此外，如多层喷淋臂，单独的洗锅区域，也成为企业技术发力重点。总之，洗碗机产品已经越来越具有“中国特色”。

今年4月1日，《洗碗机国家能效标准》正式实施，标准规定了国内洗碗机产品耗水耗电量、洗净性能、烘干性能等指标，实现了洗碗机产品的“分等分级”，为行业监管，淘汰高能耗、低性能产品提供了技术依据。

而蒸烤一体机思路类似，相对于西式烘焙，中国“蒸文化”更加盛行，因而企业适时开发了纯蒸箱和蒸烤一体机产品，并不断丰富不同食物的成熟曲线，为中国消费者还原“蒸味道”提供了契机。

有厨电企业负责人告诉国家电网，2020年的疫情，2021年的原材料涨价已经迫使一些小企业退出竞争，厨电行业集中度进一步提升。同样在原材料压力下，无论是企业还是终端销售人员都希望推一些高附加值产品，而新兴品类在此之列。事实上，现在品牌对洗碗机、蒸烤一体机等产品的推广已经不局限于一二线市场，随着渠道下沉，这些新兴家电也一并走入了三四级市场，2021年预计这些新品类的配套率还将进一步提升。

随着新品类的推广，品牌间的市场排位也开始发生变动。譬如，方太近年来一直主打“水槽洗碗机”，没有布局嵌入式洗碗机，而水槽洗碗机容量有限，一般为6-8套，且难以洗锅，无形中将部分份额让渡给竞争对手；2021年5月，方太官宣布发布第一款嵌入式新品，产品线进一步丰富，这显然也是方太抢夺嵌入式、大容量市场份额的“入场券”。

据产业在线最新统计数据显示，2021年4-5月我国油烟机内销增速为4.2%，同比2019年下滑9.0%，燃气灶销量增速同比下降4.0%，同比2019年下滑14.4%，传统厨电需求仍被抑制。虽然，行业希望地产竣工景气度恢复和二三线工程渠道的开发能够帮助传统厨电市场恢复元气，但厨电在整体家电消费中的占比依然较低，而集成化、嵌入式的厨电新品则被寄望于扛起厨电行业新一轮发展的大旗。

# 燃气灶新国标 2022 年实施，结束开孔不统一乱象

2021-06-03 15:33

来源：《电器》杂志

邓雅静

近年来，在消费升级的背景下，家用燃气灶行业高速发展，产品性能朝着高效节能、智能化、集成化、更安全等方向不断提升。为了适应当下燃气灶行业的发展要求，2020年12月24日，工业和信息化部发布了GB 16410-2020《家用燃气灶具》（以下简称新标准）。该标准将替代现行的GB 16410-2007《家用燃气灶具》（以下简称旧标准），于2022年1月1日正式实施。新标准的实施不仅将提升燃气灶行业的技术准入门槛，还使产品品质更上一个台阶，进一步推动行业规范、健康地发展。



## 性能要求更高

“与时俱进”是修订旧标准的主要原因。万家乐有关负责人坦言：“科学技术的发展、用户需求的不断升级，促使燃气灶不断升级以满足市场的实际需求。因此，旧标准如果不及时进行修订，不仅不能促进行业的良性发展，反而会阻碍产品升级换代。”

那么，与旧标准相比，新标准主要修订了哪些内容？参与新标准修订的博西家电有关负责人告

诉《电器》记者，新旧标准的最大变化是由旧标准的“部分黑体字条款强制”，变更为新标准的“全文条款强制”，实质上对燃气灶产品的安全性和使用性能提出了更高和更细致的要求。据他介绍，新标准修订的重点是与燃气灶安全和主要使用性能相关的内容，并删减了与安全和主要性能无关的条款内容。

博西家电有关负责人介绍说：“在安全性方面，新标准对燃气灶的关键零部件，比如阀体、玻璃面板等提出了更严格和细致的要求。”同时，《电器》记者查阅新标准内容时也发现，新标准还增加了与食品直接接触的部件及有可能接触的部件的具体规定。新标准要求与食品直接接触的部件及有可能接触的部件应使用对人体不产生有害化学变化的材料或进行过适当表面处理的材料制成，并不得产生有害物质。比如，与食品接触的不锈钢件在进行耐腐蚀试验时应表面无腐蚀，镀层和漆膜应无气泡、脱落、生锈现象；与食品接触的搪瓷在进行耐钢球冲击性能试验时应搪瓷无脱落；与食品接触的保温和隔热材料（如聚四氟乙烯涂层）在进行阻燃性试验时应不燃或在1min内自然熄灭。

在主要性能方面，新标准重点对燃气灶的热效率、温升性能要求进行了更新。万和厨电产品企划部总监管光明认为，这一方面使得燃气灶国家标准与国际标准接轨，与欧洲EN30 1-1《家用燃气灶具》并行更新；另一方面，对燃气灶热效率与温升等性能提出更高的要求，将使得燃气灶的用户体

验、节能与可靠性更上一个台阶。此外，新标准还重点增加了燃气灶的开孔尺寸的要求。管光明指出，以前，每个厂家燃气灶产品的开孔尺寸都不一样，导致用户在换购过程中存在“新购灶具与开孔尺寸不匹配”的问题。新标准对燃气灶的开孔尺寸做出统一的规定(见表1)，厂家只能在标准里标定的尺寸进行选用，这将改变目前市面上燃气灶开孔尺寸大小不一的乱象。

表1 嵌入式燃气灶具嵌装开孔代号和尺寸

嵌装孔代号	宽W(mm)	进深D(mm)	圆角R(mm)
K1	270	390	20或10
K2	300	400	20或10
K3	630	330	20或10
K4	650	350	20或10
K5	680	350	20或10
K6	680	380	20或10
K7	700	400	20或10
K8	760	400	20或10

另外，新标准的适用范围增加了集成灶和户外燃气烤炉。谈及增加集成灶的原因，管光明认为，尽管集成灶行业经过这十几年的高速发展，已经占有一定的市场份额，并且还处于继续上升的阶段，但目前还没有针对集成灶的国家强制性标准，新标准增加了集成灶的内容，对集成灶有了明确的、统一的要求，有利于集成灶产品朝着标准化、可持续发展的方向高质量发展。

### 提升行业准入门槛，促进良性发展

由于此次标准修订在2013年就开始讨论、编制，各企业很早就开始研究和规划满足新标准的技术和产品，《电器》记者采访的老板电器、万家乐、万和、博西家电等主流厨电企业的产品达标情况理想。

万家乐有关负责人表示，万家乐是燃气灶旧标准和新标准的参编企业，很早就开始对燃气灶新技术和新产品线进行升级以满足新标准要求。同时，

作为负责任的燃气具品牌，万家乐在新标准的基础上，针对用户体验和产品性能提出更高的要求，制定了万家乐燃气灶的企业内部标准，所有的产品均满足企业内部标准。老板电器灶具产品经理冯樊樊也表示，老板的燃气灶不仅可以满足新标准要求，更能达到企业内部标准更高的要求。

博西家电有关负责人表示，由于标准修订酝酿时间较长，博西家电的产品在设计之初已经最大化的考虑新标准的要求。新标准发布以后，博西家电正在积极进行内部技术复核，确保百分之百达标。

对于达标情况，管光明表示，万和的燃气灶企业标准长期按照高于国家标准执行，此前万和对产品按照新标准的性能要求进行摸底测试，结果是全线产品可以100%达标。然而，由于新标准对于燃气灶的安装开孔尺寸提出了新的要求，企业标准的这方面内容也要根据新标准进行更新。关于更新的难度，他也直言：“主要难度在于老产品需要进行升级，由于型号较多，需投入大量的人力、物力更改相关参数，例如底壳平台的尺寸更改，产品平台需要重新投入模具。”

虽然主流厨电企业的燃气灶达标情况理想，但是一些没有太多技术储备的小品牌产品恐怕要面临退出市场的危机。

谈及新标准实施对于燃气灶行业的意义，管光明认为，新标准的实施将进一步规范产品入市的标准，促进企业加大新技术、新产品的研发投入，引导行业向节能、多功能、智能化等方向发展。新标准给行业未来的发展提供了新的定位，让用户在未来可以用上技术更先进、体验更佳的产品，提升了用户的生活质量，促进了行业良性发展。

# 关于印发中山市工业和信息化局省级财政专项资金管理实施细则（暂行）（2021年修订版）的通知

各镇（街）工业和信息化主管部门，各有关单位：

《中山市工业和信息化局省级财政专项资金管理实施细则（暂行）》（2021年修订版）业经市政府同意，现印发给你们，请认真贯彻执行。如有问题，请径与我局财务审计科联系。

中山市工业和信息化局

2021年6月15日

（联系人：缪建雄、李欣宝，电话：88315623）

## 中山市工业和信息化局省级财政专项资金管理实施细则（暂行）

**第一条** 为规范省级财政专项资金管理，提高专项资金使用效率，确保资金安全、规范、高效使用，根据《广东省省级财政专项资金管理办法》、《广东省财政厅 广东省工业和信息化厅关于印发省工业和信息化厅经管专项资金管理办法的通知》、《广东省工业和信息化厅省级财政资金项目库管理办法》，结合中山市实际，制定本实施细则。

**第二条** 本细则所称省级财政专项资金（以下简称“专项资金”），是指由省级财政通过一般公共预算，以无偿资助、股权投资、事后奖补等方式安排下达，由市工业和信息化局负责管理的专项资金。

**第三条** 省级专项资金管理文件明确规定扶持对象、方式、条件、标准和申报程序等要求的，按其规定执行；没有规定的，参照本细则执行。

**第四条** 专项资金的管理和使用，遵守国家、省有关法律、法规、规章及有关文件规定，遵循“依法依规、公正公开、突出重点、科学分配，注重绩效、规范管理”的原则，实行自愿申报、项目库管理、科学决策和绩效评价制度。

**第五条** 扶持对象、方式、条件和标准

(一) 扶持对象：在中山市行政区域内依法设立的企业、事业单位或社会团体（以下简称项目承担单位）。

(二) 扶持方式：专项资金采用无偿资助（补贴、奖励、贷款贴息、地方配套等）和有偿资助（股权投资）等方式进行扶持。其中有偿资助方式按照省相关文件或《中山市财政扶持产业发展专项资金投入管理暂行办法》执行。

(三) 扶持条件和标准：省级专项资金管理文件没有规定扶持条件或标准的，在各子项目资金申报通知中明确。

**第六条** 专项资金申报

**(一) 资金申报**

1. 发布通知。市工业和信息化局根据省入库通知制定本市入库通知，下发至各镇（街）工业和信息化主管部门，明确资金各项目扶持对象、扶持方式、扶持标准、申报条件、申报程序等，并通过市工业和信息化局政务网、省工业和信息化厅财政专项资金管理系统或市产业扶持发展专项资金信息网向社会公布。

若省工业和信息化厅未明确扶持对象、扶持方式、扶持标准、申报条件或申报程序等，市工业和信息化局可根据实际情况制定扶持方案，经审核后执行。

2. 申报。符合扶持条件的单位可依据子项目实施细则和入库通知，向所在镇（街）工业和信息化主管部门提出申请。登录省工业和信息化厅财政专项资金管理系统或中山市产业扶持发展专项资金信息管理系统进行申报并提交纸质资料，因其他原因不能在系统申报的，按照申报通知的要求申报。

**(二) 镇（街）推荐**

镇（街）工业和信息化主管部门对项目承担单位申请资料进行严格审查，主要内容包括：

1. 资格审查：项目主体是否符合申报条件。
2. 形式审查：申报材料是否符合规定的填报要求，相关材料是否齐全，签字盖章手续是否完备。
3. 内容审查：申请材料是否真实、完整，项目是否符合国家及省、市产业政策相关规定，项目投资预算是否合理，项目资金来源是否落实，项目绩效目标是否匹配，项目实施效益是否显著等。
4. 信用审查：申请主体是否属于信用中国网、产业扶持资金系统中的失信黑名单，对纳入失信黑名单的企业取消专项资金的申报资格。

镇（街）工业和信息化主管部门将初审合格的项目向市工业和信息化局推荐。

### （三）市局审核及公示

市工业和信息化局对申报项目材料审核后，对符合要求的项目组织专家进行评审并提出拟入库名单及项目优先顺序，项目库管理事项按照《广东省工业和信息化厅省级财政资金项目库管理办法》要求执行。经市工业和信息化局再次审核后，在市工业和信息化局政务网、省工业和信息化厅财政专项资金管理系统或市产业扶持发展专项资金信息网等网站进行公示，公示期 7 天。公示期满无异议的纳入专项资金项目库，录入省级财政专项资金市县项目管理系统，报市财政局审批。

### （四）省级部门下达资金安排计划

待资金安排计划由省工业和信息化厅、省财政厅批复下达至中山市后，由市工业和信息化局从入库储备项目中优选项目，形成扶持计划方案。

### （五）扶持计划方案报批及拨付

扶持计划方案经市工业和信息化局审核、公示后上报市政府，经市政府批准后，下达项目扶持计划，由市工业和信息化局向市财政局提出拨款申请，按照有关规定办理资金拨付手续，在预算法规定时限内将资金拨付到项目承担单位，并按有关规定报省工业和信息化厅备案。

**第七条** 专项资金按照国库集中支付有关规定办理资金拨付手续，涉及政府采购、招投标的，按照有关规定办理。属于科研用途的项目资金，项目承担单位可按科研经费管理规定直接拨付到单位基本户。

**第八条** 专项资金可按规定计提一定额度的工作经费，工作经费由各“财政事权”或“政策任务”分别计提、全局总额控制。

（一）事前工作经费计提总额不超过本专项资金财政事权或政策任务总额的 1%，计提比例不超过市工业和信息化局收到省级财政补助资金额度的 1%，且当年所有专项资金计提的事前工作经费总额度不超过 200 万元。

（二）事中事后工作经费计提总额不超过本专项资金财政事权或政策任务总额的 1%，计提比例不超过市工业和信息化局收到省级财政补助资金额度的 1%，且当年所有专项资金计提的事中事后工作经费总额度不超过 200 万元。

工作经费按照规定的范围开支，除中央和省委、省政府文件规定外，一律不得将工作经费用于行政事业单位编制内人员工资、津贴补贴、奖金和其他福利支出，楼堂馆所建设、修缮和其他无关支出。

事前工作经费主要用于项目的前期论证、立项、入库评审、现场核查、专项审计、事后补助项目的验收或完工评价等。事中事后工作经费主要用于本年度及以前年度项目验收考评，监督检查、内部审计、绩效管理等。

**第九条** 项目承担单位有下列任一情形的，不予入库或奖励：

- （一）在申报过程中提供虚假资料的。
- （二）违反专项资金管理规定被限制或取消申请资格的。
- （三）违规多头申报的。
- （四）被纳入信用中国网或产业扶持资金系统黑名单的。
- （五）其他经省工业和信息化厅或市工业和信息化局认定不予入库或奖励的。

项目承担单位须在项目申报时对未发生上述情形进行承诺，作为申报材料要件提交。

**第十条** 项目承担单位对项目实施和资金使用负责，具体组织项目实施，严格执行专项资金预算，实行专账核算，按照财务规章制度和会计核算办法进行账务处理，加强财务管理，接受验收考评、监督检查和绩效评价。

**第十一条** 项目在执行过程中因故变更或终止的，项目承担单位应逐级向工业和信息化主管部门提出申请，对不涉及财政补助资金额度变化的，由相应批准的业务主管部门审批，需要收回部分或全部财政资金的，由同级财政部门办理资金收回手续。

**第十二条** 项目完成后，项目承担单位应及时提请开展考评，省工业和信息化厅或市工业和信息化局要按照“谁审批项目，谁验收考评”的原则，自主或委托第三方专业机构组织开展项目验收或考评，并及时将验收或考评结果报有关部门备案。具体验收程序、验收标准按照验收有关办法执行。

**第十三条** 实施项目信用管理，在项目的申报与受理、评审与立项、实施与管理、验收与绩效评价等环节，对项目承担单位、项目负责人、评审专家等单位和个人实行项目全过程的信用管理。相关单位和个人应配合信用信息征集、记录、调查、告知及维护等工作，对信用信息记录有异议的，可根据有关规定按照相关程序提出申诉。

**第十四条** 市工业和信息化局、财政局建立专项资金的监督检查制度，定期对专项资金的落实情况监督、检查，并可根据需要提请市审计部门或委托第三方专业机构对专项资金使用情况进行审计。凡经审计和监督部门认定，资金申报和使用单位以虚报、冒领、伪造、挤占、挪用等手段骗取专项资金的，追回有关财政资金，限期退还违法所得，同时要将失信信息纳入社会信用体系实施联合奖惩，并向社会公开。情节严重的，原则上在5年内限制其专项资金申报资格。对专项资金使用管理过程中存在违规行为的单位、个人，按照《中华人民共和国预算法》、《财政违法违规行处罚处分条例》等法律法规及相关规定进行严肃处理。涉嫌犯罪的，依法移送司法机关追究刑事责任。

**第十五条** 除涉及保密要求或重大敏感事项不予公开的外，专项资金分配、执行和结果等全过程信息按照“谁制定、谁分配、谁使用、谁公开”的原则予以公开。主要包括：

- （一）专项资金目录清单。

(二) 专项资金管理办法。

(三) 专项资金申报通知（申报指南），包括申报条件、扶持范围、扶持对象、审批部门、咨询电话等。

(四) 项目计划情况，包括申报单位、申请金额、安排金额、绩效目标、项目立项储备等。

(五) 资金分配方式、程序和结果，包括资金分配明细项目金额和分配对象等；完成约束性任务后剩余资金统筹使用情况。

(六) 专项资金使用情况。

(七) 专项资金绩效评价、监督检查和审计结果，包括项目财务决算报告、项目验收考评情况、绩效自评报告和财政部门反馈的重点评价报告、财政财务监督检查报告、审计结果等。

(八) 公开接受和处理投诉情况，包括投诉事项和投诉处理情况以及其他按规定应公开的内容。

**第十六条** 市工业和信息化局应在相关信息审批生效后 20 日内，通过市工业和信息化局政务网、省工业和信息化厅财政专项资金管理系统或市产业扶持发展专项资金信息网等网站向社会进行公开，公开时应注意保障企业的商业秘密和个人隐私。项目承担单位也要以适当方式公开专项资金使用情况。

**第十七条** 本办法未尽事宜，按国家、省和市有关规定执行。

**第十八条** 本细则由中山市工业和信息化局负责解释。

**第十九条** 本细则自印发之日起 30 日后施行，有效期 3 年。原《关于印发中山市经济和信息化局省级财政专项资金实施细则（暂行）的通知》（中经信〔2016〕347 号）同时废止。

# 关于印发中山市新一代信息技术产业发展项目 资助实施细则补充规定的通知

火炬区管委会，翠亨新区管委会，各镇政府、街道办事处，各有关单位：

《中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则补充规定》业经市政府同意，现印发给你们，请认真贯彻执行。如有问题，请径与我局联系。

中山市工业和信息化局

2021年7月12日

## 中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则 补充规定

根据《中山市新一代信息技术产业发展行动计划（2018-2022年）》《中山市加快新一代人工智能发展行动计划（2019-2021年）》《中山市加快5G产业发展行动计划（2019-2022年）》等文件精神，现就《关于印发中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则的通知》（中工信〔2020〕384号）资助范围和标准提出补充规定如下：

### 一、支持方向及标准的补充规定

（一）关于“方向一、支持新一代信息技术产业项目落地”的补充规定。

1. 固定资产投资补贴。对经市政府批准引进的投资总额2000万元及以上，且已完成投资承诺对应阶段任务和已完成项目固定资产投资总额50%的新一代信息技术产业项目，按照最高不超过实际完成固定资产投资总额的10%给予奖补。

（二）关于“方向二、支持新一代信息技术产业企业做大做强”的补充规定。

2. 企业经营贡献奖。对年度增值税应税销售收入（额）首次突破1亿元、2亿元、5亿元、10亿元、20亿元、50亿元、100亿元的新一代信息技术企业，每家企业分别给予不超

过 50 万元、80 万元、100 万元、150 万元、300 万元、500 万元、1000 万元奖励。对再次获得本专题奖励资金及中山市企业经营贡献奖类资金的企业，按增量部分给予奖励。

3. 增资扩产和技术改造补贴。鼓励工业企业实施提质增效、智能化改造、设备更新、绿色发展等技术改造项目，对符合条件的项目，按中山市技术改造投资项目资助实施细则规定给予奖励。

4. 公共技术服务平台建设补贴。经认定的市级公共技术服务平台企业，按中山市工业和工业互联网类公共技术服务平台项目资助实施细则规定给予奖励。

(三) 增加“方向五、支持 5G 产业发展”的补充规定。

5. 支持垂直行业 5G 创新应用。推进 5G 在社会各行业领域的应用，重点在交通、医疗、教育、超高清视频、AR/VR、农业农村、安防、能源等领域支持一批新服务、新产品、新业态、新模式示范项目，经评审，一次性给予不高于 50 万元的奖补，奖补金额不超项目总投资额。

6. 支持 5G 产业支撑平台等载体建设。支持打造 5G、人工智能、超高清视频、区块链实验室、应用创新服务中心等支撑平台以及产业园区建设，经评审，按照项目总投资（不包括差旅、会务、薪酬、基建等费用）给予不超过 30% 的补贴，单个项目补贴最高不超过 100 万元。

## 二、申报程序及要求的补充规定

(一) 申报单位可自主选择支持方向中的一个方向申报，“方向一”和“方向五”中，申请单位的不同项目可在同一年度申报对应子项（专题），其余方向每年度只能选择一个子项（专项）申报。申报“固定资产投资补贴”或“项目核心设备补贴”的项目，不能申报“项目融资补贴”。

(二) “增资扩产和技术改造补贴”按技术改造资助相关政策规定办理，“公共技术服务平台建设补贴”按公共技术服务平台项目资助相关政策规定办理。在执行过程中如遇相关政策规定调整，按最新规定执行。

(三) 扶持标准中涉及表述扶持比例或扶持金额的，均为最高扶持比例或最高扶持额度。

三、本补充规定由市工业和信息化局负责解释。

四、本补充规定自发布之日起 30 日起实施，有效期与《中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则》一致。

# 《中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则补充规定》解读

市工业和信息化局根据新的政策文件制订了规范性文件《中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则补充规定》。根据《中山市行政机关规范性文件管理规定》（中府〔2015〕14号）的相关规定，现就文件解读如下：

## 一、文件的起草背景说明

为全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神，以及习近平总书记对广东重要讲话和重要指示批示精神，2018年8月我市出台了《中山市新一代信息技术产业发展行动计划（2018-2022年）》（中府办〔2018〕28号），2019年先后印发了《中山市加快新一代人工智能发展行动计划（2019-2021年）》、《中山市加快5G产业发展行动计划（2019-2022年）》。为明确新一代信息技术产业项目资助范围、资助条件和标准，我局于2020年09月印发了《中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则》。为加快5G产业发展以及按照有关行动计划完善项目资助标准，提高专项资金使用效益，拟定了《中山市新一代信息技术产业发展专项资金管理实施细则补充规定》。

## 二、文件主要内容

（一）增加支持方向。本补充规定根据新的政策文件要求新增了方向五“支持5G网络建设和5G产业发展”的扶持范围和标准，包括支持垂直行业5G创新应用、支持5G产业支撑平台等载体建设。

（二）完善和明确部分资助标准。结合工作实际，对《中山市新一代信息技术产业发展行动计划（2018-2022年）》中关于支持固定资产投资、支持企业做大做强、支持增资扩产和技术改造、支持公共技术服务平台建设等政策支持条款，对具体项目资助标准进行细

化明确，在方向一“支持新一代信息技术产业项目落地”中明确固定资产投资补贴的资助标准；在方向二“支持新一代信息技术产业企业做大做强”中明确企业经营贡献奖、增资扩产和技术改造补贴、公共技术服务平台建设补贴等的资助标准。

### 三、政策特点

（一）完善政策措施。本补充规定根据新一代信息技术产业发展的实际需要，新增了5G产业发展的扶持方向，完善和明确了企业经营贡献奖、固定资产补贴等资助标准，对支持5G产业发展、引进和培育新一代信息技术产业项目提供了整体性、系统性的政策支持。

（二）完善年度申报方向。申报单位可在《中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则》、《中山市新一代信息技术产业发展项目资助实施细则补充规定》中自主选择一个方向申报，“方向一”和“方向五”中，申请单位的不同项目可在同一年度申报对应子项（专题），其余方向每年度只能选择一个子项（专项）申报。

（三）明确专题互斥要求。申报单位申报“固定资产投资补贴”或“项目核心设备补贴”的项目，不能申报“项目融资补贴”。

（四）明确最高扶持额度的要求。扶持标准中涉及表述扶持比例或扶持金额的，均为最高扶持比例或最高扶持额度。

# 几乎所有中国彩电产品均被列入美加征关税清单 3 或清单 4

2021-06-02 14:47

来源：国际商报

刘叶琳

频繁的贸易摩擦正在不断逼仄中国视听企业的贸易发展空间。

中国大陆是全球显示产业重要的研发和生产基地，以薄膜晶体管液晶(TFT-LCD)技术为主体的显示产业规模处于国际领先水平，已成为全球电视面板出货面积最大的地区。“但由于产业基础研究领域相对薄弱，前沿技术布局不充分，产业发展整体上仍处于被动跟随和追赶状态，上游材料和装备发展不平衡问题值得担忧。”中国机电产品进出口商会视听产品分会秘书长陆勇表示。

## 摩擦影响显著

美国是中国彩电最重要的出口目的地，但在贸易摩擦影响下，中国对美国彩电出口份额、规模和金额明显下滑。

中国海关数据显示，自2007年以来，中国对美国出口的电视占中国电视出口总额的比重至少在三成以上。但在中美贸易摩擦、输美电视产能转移的背景下，2019年该比重首次跌至27.2%。2020年中国电视对美国出口规模2211.8万台，同比增长5.9%；出口额31.2亿美元，同比下滑10.6%，出口额比重进一步下滑至22.7%。

“目前，几乎所有彩电产品均被列入美加征关税清单3或清单4，分别涉及散件和液晶电视整机，作为中国彩电出口主体的液晶电视产品大都被纳入这个范围。美国加征关税确已对中国彩电出口美国产生实质影响。”陆勇表示，中国对美国彩电出

口比重下滑，电视行业部分企业的出口将由整机逐步向散件、元件方向发展。

受上述加征关税措施影响，从2019年开始，国内部分电视企业已被迫陆续将部分输美电视机产能转至关税更低的墨西哥和越南、泰国等地。

## 诉讼风险高发

随着中国视听/平板显示头部企业全球市场份额的快速提升，近几年中企遭受的专利许可和侵权诉讼也呈快速增长趋势，处于产业链中游和上游的国际企业或专利权人频繁对中国彩电头部企业发起337调查等专利诉讼，专利许可和诉讼案件涉及通讯类制式标准、通讯类芯片、数字电视、音视频编解码、电视网络类、电视机背光和面板类相关领域等，使中国企业陷入知识产权应对困境。

据了解，2020年以来，国外专利权所有者在美欧等地频繁发起针对中国彩电主营企业的337调查申请和侵权起诉，仅337调查就有6起。

“涉案龙头企业仅在一个专利许可和侵权诉讼案件上花费的律师费就可能超过5000万美元，专利案件保证金超过1亿美元，平均下来一家企业一年为此要花费数亿元人民币。”陆勇表示，大量的知识产权许可诉讼案件和由此产生的高昂费用，已对相关企业的正常经营产生了严重影响。

## 加速分化洗牌

目前，国内视听行业企业分化明显。头部企业总体表现突出，规模、份额双升，但中小型企业由

于在技术创新、产品研发、供应链资源把控及品牌渠道开辟等关键环节的能力相对薄弱,情况并不乐观。

随着产业链中上游(面板和电子类 IC 零件)的供应商筛选客户的情况日益显著,市场价格暴涨暴跌的可能性加大。“全球一线品牌头部企业凭借订单数量巨大的优势将获得更多资源,牢牢控制供应商的产能,对市场价格控制能力进一步提高。”陆勇指出,在资源不足的环境下,未来分配给二、三线品牌与国内中小企业的产能恐受到严重排挤。

相对在采购和销售端具有较高议价能力的一线头部企业,国内液晶电视行业的产品溢价能力较弱,对价格波动敏感。随着整机成本上升和面板资源的紧缺,国内的电视制造企业(尤其是二、三线厂商)今年将面临面板采购成本大幅提升或液晶玻璃采购资源不足等困境,一旦失去成本价格优势,份额下滑趋势将不可避免,企业的生存难度加大,行业将迎来新一轮洗牌。

---

## 商务部：中美经贸领域已开始正常沟通

2021-06-04 14:46

来源：新华社

于佳欣、王雨萧

近日,中共中央政治局委员、国务院副总理、中美全面经济对话中方牵头人刘鹤分别同美国贸易代表戴琪和财长耶伦视频通话。商务部新闻发言人高峰 3 日表示,中美经贸领域已开始正常沟通,双方沟通开局顺畅,求同存异是共识,下一步将共同努力务实解决一些具体问题,推动中美经贸关系健康稳定发展。

商务部当日召开的例行新闻发布会上,有媒体问,中方如何评价这两次通话成果?是否意味着中美经贸交流重新启动?后续还有何安排?

高峰表示,最近一周来,刘鹤副总理与戴琪大使和耶伦财长分别通话,两次都是 50 分钟左右的视频通话。两次通话有几个特点:

首先,双方沟通开局顺畅。在两次通话中,双方本着平等和相互尊重的态度,就中美经贸关系、

宏观形势、国内政策等问题交换了意见。双方都认为,交流是专业、坦诚和建设性的,中美经贸领域已经开始正常沟通。

第二,求同存异是共识。双方都认为中美经济、贸易关系十分重要,存在诸多可以合作的具体领域。双方也都提出了各自关切的问题。中方充分考虑国内经济发展背景和状态,表达了我们的具体关切。

第三,从务实解决问题入手。双方同意,下一步要从有利于中美两国和整个世界的角度,共同努力,为生产者和消费者务实地解决一些具体问题,推动中美经贸关系健康稳定发展。

## 华南疫情影响港口效率 家电出口高速增长遇压力

2021-06-15 08:32

来源：第一财经日报

受此轮广东疫情影响，集装箱短缺问题进一步恶化，部分企业从盐田港(000088, 股吧)出柜量降幅超过50%。货物滞留和交付的不确定性，导致外贸企业库存持续增加，正常生产安排受到严重影响，货物逾期罚款风险增大，资金周转的成本压力倍增。

今年中国家电出口高速增长。华南近半个月的疫情使码头拥堵、运费抬升，这令出口企业的交货期延长、成本提高。专家建议企业谨慎备货。



### 港口拥堵使出口风险增加

受疫情影响，今年5月下旬起，广东部分港口陆续推出管控措施。一位业内资深人士告诉第一财经记者，深圳盐田港5月25日~5月30日不收重柜，5月31日~6月6日起恢复收重柜，但只收ETA-3天(ETA为船舶预计到港日期的简称)的重柜，且每天限制5000柜。

部分船公司临时调整运行计划，改到蛇口港和南沙港。6月以来，南沙港货柜激增，码头拥堵塞港，拖车运转效率大幅降低，费用翻倍，且一车难求。6月6日起，蛇口港也调整收出口重箱措施，仅接收ETA-3的出口重箱，执行时间为6月6日至

6月13日。

受此轮广东疫情影响，集装箱短缺问题进一步恶化，部分企业从盐田港出柜量降幅超过50%。货物滞留和交付的不确定性，导致外贸企业库存持续增加，正常生产安排受到严重影响，货物逾期罚款风险增大，资金周转的成本压力倍增。

“由于船公司船期、挂靠信息不及时、还柜数量限制等问题，出口企业已产生吊柜费用(800元/柜)、车子压夜费(500元/天·柜)、柜子滞期费(300元/天·柜)、还柜费(1000元/柜)、仓租(100元/天)等各项高额费用。”上述业内资深人士说。

做风扇出口生意的中山乐途电器总经理黎明阳还告诉第一财经记者，盐田、蛇口港收柜减少，很多货物转去南沙港，导致南沙港拖车费大幅提升到2800元，之前是900元。因为排队进港时间过长，约7~8小时，致使费用飙升。

“我们只能与客户说明原因，希望得到他们的理解。由于货柜不够，我们的仓库都满了。”黎明阳说。

华南还是中国电视出口的重要区域。据奥维睿沃(AVC Revo)的研报，广东本轮疫情已持续半月，盐田港运行效率放缓，蛇口、赤湾也调整了进出口装箱时间，华南码头陷入拥堵。船舶“跳港”导致大量华南货物涌向周边港口，部分转移至上海、宁波等华东地区港口出货。

奥维睿沃总经理陈慧向第一财经记者分析说，华东地区港口不排除也会受影响，出现拥堵情况。

下半年是欧洲和美国“黑色星期五”备货的关键时间，剧变的海运市场为即将到来的电视出口旺季带来风险。交货延期也给企业资金回笼造成影响。

### 出口高速增长三季度能否维持

今年，中国家电出口处在历史高位。据中国机电产品进出口商会的统计数据，2021年1~4月，中国家电出口376.2亿美元，比2020年同期增长55.5%，比2019年同期增长45.9%。4月当月出口101.4亿美元，家电单月出口额首次超过100亿美元，而且这一趋势还将持续。以此估计，2021年全年中国家电出口额将有望超过1000亿美元。

有企业希望，当前国际订单接单量处于历史高位，希望尽快恢复港口正常作业，降低运输问题对企业出口的影响，加强管控异常费用导致的成本增加，减免疫情导致的柜子滞期费等费用。

奥维睿沃的研报也显示，2021年1~4月，中国大陆电视机出口量2613万台，比2020年增长0.7%；由于面板及其他原材料价格飙升，中国大陆电视机出口额同比增长36.4%。截至目前，海外电视市场已保持了连续12个月同比正增长。第三季度是出口旺季，中国彩电出口企业还是希望在重大的促销节点有足够的货源来满足海外市场的需求。

海运价格激增以及海运不畅等因素对当前电视出口市场形成一定阻力，但奥维睿沃认为，这样的情况只是暂时的。当下，政府已针对广东疫情展开积极的应对措施，合理的防疫管控有利于抑制疫情的扩散。随着全球疫苗接种率的提升，海外疫情有望逐步得到控制，从而在一定程度上缓解各大港口压力。

“目前液晶电视面板的价格面临拐点，美国和

欧洲市场需求可能出现下行，建议企业谨慎备货，以防可能的跌价损失。”陈慧提醒说，现在主要问题是港口的运行效率低，运力的问题能否得到缓解还需要观察7~10个工作日。

另一调研机构产业在线的制冷事业部分析师王娟在给第一财经记者的回复中称，南沙港拥堵现象严重。广东有不少冰箱通过南沙港出口，对出口业务造成较大影响。另外，海运成本不断增加，原材料价格处于高位，传导到产品出口均价上升。今年以来，冰箱产品均价已上涨了十几个百分点，海外部分地区的需求出现了回落，部分国家生产恢复情况较好，这都让海外采购商观望意愿加强。很多出口较多的企业不得不放弃部分低利润的订单，转接一些高利润的订单或减少订单。

空调出口方面，产业在线家电事业部分析师杨超表示，工厂响应政府防疫要求，全员核酸检测、疫苗接种正在有序进行。目前部分区域工厂有停产，生产节奏受影响；物流运输环节，厂家目前拿不到柜子，造成货物积压，去码头的路都快成了停车场。

此外，货发不出去导致库存较高，也影响生产。虽然在生产和物流方面有些影响，但整体影响有限，一是因为现阶段空调出口已经进入淡季，生产不忙。二是只是影响了个别工厂基地，范围不大。空调企业积极应对，一边抗疫一边生产，节奏上有些影响，但影响有限。

# 中国家电出口额在全球贸易中的比重为 38%

2021-07-09 08:19

来源：中国电子报

王伟

改革开放以来，中国家电行业实现了从无到有、由小到大，正在由大变强，向高质量发展。如今，中国家电产业已经成长为中国少数具有国际竞争力的行业之一，规模、质量和效益都取得了优异成绩。

中国家用电器协会数据显示，2020年中国家电工业完成主营业务收入14811亿元，完成利润总额1157亿元，比2015年增长16.5%。家电生产规模持续数年稳居世界首位，主要家电产品产量多数居世界前列，其中，2020年中国空调产量达到1.5亿台，冰箱产量达到8100万台，洗衣机产量达到6800万台，其他家电的产量也颇具规模。此外，我国家电产业还形成了完整的产业链、关键零部件技术取得突破。

随着我国家电产品加快更新换代，出口产品档次和质量也随之不断提高，中国家电行业已成为我国在全球具有一定国际竞争力的行业。中国家电出口额在全球贸易中的比重为38%，空调、电视机、微波炉在全球家电的比重为70%~80%，冰箱、冷柜、洗衣机占全球产量的比重为50%~55%，小家电占全球产量的比重为50%，冰箱压缩机占全球产量的比重为60%~70%。

2020年在新冠肺炎疫情全球蔓延的背景下，中国家电产业链的优势得到充分体现。2020年中国家电的出口额为837亿美元，同比增长18%，比2015年增长了48.1%。

中国家电产业已经逐渐意识到产业发展质量

的重要性，近年来，中国家电工业完成了从过去的追求规模、追求速度的粗放型发展模式向创新驱动发展模式的转型升级。中国家用电器协会数据显示，“十三五”期间，中国家电行业的利润率达到7.8%，而十几年前中国家电行业的利润率只有2.6%。

中国家电企业围绕“增品种、提品质、创品牌”的三品战略，在冰箱、洗衣机、破壁机、扫地机器人等品类的高端产品市场后来居上，占据主导地位。家电产品品质进一步提高，家电产品品牌集中度、市场监督抽查合格率、产品质量及用户满意度、美誉度进一步提升。

“十三五”期间，中国家电企业纷纷加大信息化、自动化投入，智能制造水平显著提高。数字化生产管理、质量管理、供应链管理、设备管理和远程运维服务等新模式在家电行业的应用日益广泛。龙头企业建立了工业互联网平台，建成多个智能工厂，形成以用户为中心的大规模定制生产模式，智能制造达到世界先进水平。

看似普通的家用电器的更替变化，折射出中国社会和经济发展的沧桑巨变。消费升级的大背景下，人们对家电的需求从改革开放初期电视机、洗衣机、电冰箱“三大件”，升级到20世纪90年代的电热水器、吸油烟机、电饭锅、电动剃须刀等；如今智能家电、分区洗洗衣机、扫地机器人、净水机、破壁料理机、洗碗机等新兴品类成为百姓的“新宠”，成为百姓追求品质生活的一个缩影。

## 朝凤学校简介

中山市朝凤职业培训学校是经中山市南头镇人社局颁发办学许可、市人社局备案的民办学校，学校位于位于中山市南头镇，现已加入南头商会与中山市家电协会，是南头为当地制造业企业提供职业技能培训服务的第一家合法单位。



学校主要培训内容与生产制造强相关，目前主要开设电工、焊工、钳工三个专业，预计后期开设课程有：工业视觉、工业机器人、电气自动化综合应用、新能源汽车等相关课程。学校在上级主管部门的关心和支持下，坚持“一次学习，终身会员”的理念，服务企业与学员，解决企业与人社的人才痛点。不断加大办学投入，完善教学设施，办学质量日益提升，办学成果显著。学校目前固定教学场地占地面积约603平米，其中理论教室两间、实训教室一间、实操教室两间；实训设备总投资达200多万元，能够保障开设课程的教学有效实施。学校现有教职工总人数为12人，专兼职教师20余人。

## 学校服务特色

送技术到企业

定制课程

一次学习，终身学员

班组式教学

所学即所用

## 学校业务范围

朝凤学校主要业务包含：



工业机器人培训

企业新型学徒制培训

企业焊工培训

学校PLC编程培训

企业电工培训

技能等级认定培训

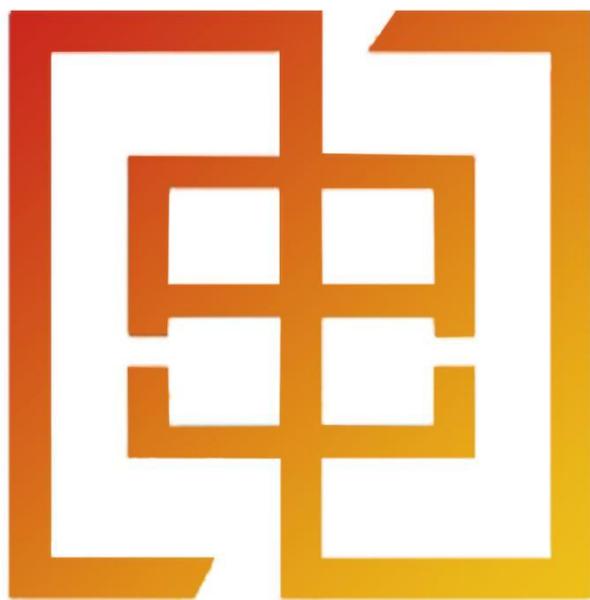
- 智能制造：简易自动化、电气自动化、机电一体化等；
- 职业技能：电工、焊工、钳工、PLC编程；
- 工业机器人：工业机器人维护、保养、虚拟编程、仿真技术应用培训等；
- 特种作业上岗；
- 学历提升；
- 职称评定等

## 学校联系方式：

联系人：李凤甲

联系电话：15016193918

学校地址：中山市南头镇南头大道中59号之一，品牌家电展厅一楼2号



中山家电

中山市家用电器行业协会 广东省公平贸易工作站

地 址：中山市南头镇南头大道中 59 号三楼

电 话：0760-22519221、22519223 传 真：0760-22519222

网 站：www.zsjdxh.org 邮 箱：zsjdxh@163.com

