

探究高质量发展视角下家电制造业转型升级路径

董跃军

(杭州富生电器有限公司,浙江 杭州 311400)

摘要:目前中国的家电行业发展已步入成长新时期,一些家电企业在此期间逆势增长,突出重围,取得了亮眼的成绩。本文采用案例聚焦的方式,深入研究了家电企业的经营状况和核心竞争力,探索中国家用电器工业转型升级的新途径,对中国家电行业的发展有着重大的理论研究价值与实际意义。探讨如何提升工人整体素质,提高柔性制造能力;加速数字化转型,实现双线融合模式;聚焦家电市场需求,打开市场新空间;提升自主研发实力,创新经营管理模式,从而帮助家电制造业突破现有瓶颈,推动产业高质量发展。

关键词:家电制造业;高质量发展;转型升级

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.33.016

现如今,中国经济已经递交了“十三五”规划的满意答卷,正面临“十四五”时期构建社会主义国际国内双循环发展、全方位建成社会主义现代化大国的重要起步阶段。从十九大明确提出经济高质量发展开始,中国经济社会正从高速度发展进入了高质量增长的新时期,其中推动产品供给侧结构化转变、促进制造业领域转变发展,是中国实现经济高质量发展的基本之策。中国家用电器工业作为制造商的重要部分已经步入高速成长期。中国家电产品受国际宏观经济市场波动的影响很大,所以,通过剖析中国小家电企业的历史发展路径,深入研究其逆势成长的奥秘,对研究中国家用电器工业的转型与升级,推动中国家用电器工业的高质量发展有着深刻的参考意义。

1 家电制造业高质量发展的内涵

对于经济社会高质量发展的含义,不同的经济社会研究者有不同的观点。有人提出,经济社会高质量发展是一个全新的发展方式,是以质量为价值导向和核心目标的经济增长方式,它还可以形成更高的社会福利效应和GDP内涵^[1]。也有人提出,经济社会高质量发展是绝对和相对、质量和数量的统一发展,是以实现民众日益增长的对美好生活的追求为目标的平等、效率和可持续发展^[2],但经济社会高质量发展并不能只追求某地区经济总量的增加,还应该着眼于转化经济社会动力、转化经济发展方式、提升经济社会发展效益,让经济社会发展的成果真正惠及全民^[3]。综上所述,尽管目前对高质量发展的含义还缺乏统一界定,但有着共同的方向:高质量发展就是以五大发展理念为基石,同时兼顾社会经济发展“质”与“量”的提升,最终促进社会产业结构优化升级,将发展的成效

惠及广大民众。对家用电器制造商来说,高质量发展就是通过增加对家电企业的研究投资,促进公司技术和观念上的革新,掌握高新技术,用技术创新提升公司产品,通过运用现代网络和数字化等信息技术,加快与现代服务业的融合互通发展。家电制造业高质量发展的目的在于突破我国当前家电行业的瓶颈,重新焕发市场活力,挖掘长尾市场,满足人民不断变化的多元化市场需求。家用电器制造商的转型升级即以产品创新为主线,从当代消费者需要入手,开辟线上线下营销双途径,激发行业创新生命力。

2 从高速增长到高质量增长

一些电器企业在创业伊始就采取避强定位策略,避开日趋饱和的大型家电市场,定位于小型市场,根据当代年轻人的饮食习惯和喜好,研发高颜值、个性化的厨房小家电,其制造的著名产品如空气炸锅、蒸蛋煮蛋器、电煮宿舍锅、筷子消毒机、早餐机、打蛋器等均受当代年轻人喜爱。这些企业近些年都维持高利率增长,其中值得一提的是其在技术创新方面保持在较高水平,这也是其能保持毛利率平稳增长的关键所在^[4]。

3 小家电电器企业核心竞争力分析

渠道创新。我国家电市场在2019年零售额将达到八千九百一十亿,其中线上销量将占总体销量的40.17%。网络的普及、电商的出现不但给消费者带来了更多的选购空间,也同时赋予了新锐小家电品牌可以弯道超车的机遇,因为过去消费者习惯于通过线下渠道购买家电,渠道较为薄弱的小家电品牌则难以承担高昂的渠道费用,难以扩大市场规模。个别电器企业则在互联网刚刚兴起的时候就创新性地提出了“网络授权经销商”的模式,这

种模式在现在看来也许非常普遍，但对于当时来说是一个创新又大胆的决定。这些企业在淘宝上对合作的经销商提供线上防伪证书，并且可以实时在线进行经销商身份资格的查询验证。这些企业与众多线上电商网络平台展开协作，并且在线下布局营销网络与各大连锁终端开展着长久稳固的战略合作。正是这样从线上到线下的全面渠道格局，促使其从一片红海中逆势而上，更重要的是利用现阶段优秀的网络技术使得用户消费数据更加可视化，并运用大数据分析更深层次地发现顾客实际需要，从而实现更精确的市场定位，形成了产品发展新的动力来源⁹。

定向精准。现代年轻人的饮食习惯和生活方式已经大为改变，而大型家电品牌对已经变化的消费者群体的实际需求却不够重视，而一些小家电企业却将目光放在了那些看似“小”的需求上，专注于小家电的生产。这些电器企业正是靠着无限接近消费者的要求，设计出了更加人性化、个性化的商品，即使一个小小的煮蛋器，都可以区分出煮全蛋、流心蛋、蒸蛋羹的功能，更加贴近现代年轻人的生活习惯。小家电没有太多的技术壁垒，就是靠着精益求精的态度，不断洞察消费者需求，深化产品链，优化产品结构，将产品场景化，弥补诸多市场空白¹⁰。

服务增值。相比于传统的营销方式，直播带货等新型营销方式更受年轻人喜爱，一些小家电企业利用直播平台进行日常运营，随着兴起的“自主创意下厨”风潮，审时度势，新增售前引导、售后关怀、实时更新食谱等增值服务，以便利、人性化的操作方式，将亲手制作美食的乐趣带给当代年轻人。这些电器企业保持与年轻消费者同频共振，塑造品牌形象，因此拥有一大批忠实粉丝。

提升生产，改善质量。小家电的技术壁垒相对较低，所以质量才是公司存在的基础。一些电器企业通过优化ERP系统，投入SRM系统、条形码系统等，在制造自动化、精益化、信息化等方面加大了投入，提高了生产效率和自配能力。

4 家用电器制造商转型升级的推进路径

提高城市劳动者素质，扩大城市柔性制造业的产能。中国作为世界劳动力供应大国，城镇就业人数已连续多年维持高增长。丰富的劳动力资源，为中国家用电器工业近几十年的发展与壮大保驾护航，但同时也让中国家用电器工业遭遇了对劳动密集型生产的“路径依赖”问题，即资金大部分耗费于低附加值和较低水平的家电产品加

工上，滞后于较低端锁定的生产发展阶段。从长远来讲，劳动密集型生产企业西迁东南亚市场已成为发展趋势，小批量定制、精益化生产的柔性制造产能将成为有效替代。柔性化生产又称精益生产，是指在保证质量、交货日期、成本一致的原则下，能够实现批量任意切换的生产模式。对工业发展4.0阶段的家电制造商而言，柔性生产过程可以采用快速换模、单件流等方式完成零件的标准化、通用化生产，是在朝着技术创新与自有产品和附加值提高的目标转型与升级。而这就需要大批的高级技工与设计师的专门技术与操作技能来完成。针对家电企业车间的内部人员开展学历背景问卷调查，得知线上人员一般只是中学或以下的教育水平，并未进行过系统的工科基础学习，所以不得不进行大量机械重复的任务。若不提高劳动力基本素质，则人才供需形势变化和家用电器工业的发展升级过程中的结构性问题将会阻碍家用电器工业未来向柔性化发展的进程¹¹。

加快向数字化转变，逐步实现双线融合模式。在工业互联网时代，数字化革命带动着智能化社会的发展趋势、科技创新提高和产业迭代能力加速提高。一方面，传统家用电器品牌已通过价格战取得了一定市场份额，但新的业务增长点却仍未到来，甚至出局在即；另一方面，许多传统家电企业正随着人工智能、5G、物联网等新科技的高速发展，并由此实现了生产向制造自动化转变，将企业管理模式、市场营销和业务场景向数字化转变。把数字化信息技术运用于制造、配送等价值链中，是中国家电企业变革的当务之急。MES是面对生产车间层次的企业信息系统，负责下级工业管理和上级计划管理之间。如果家电企业能做到与ERP、MES乃至CRM系统的融合发展，则进一步也要融合线上线下双渠道。在线上方面，利用数字化技术手段连接下游供应商等环节，比如实时的订货信息、需求预测分析等。此外，也要强调线下渠道场景化。如今的线下卖场较以往更为强调体验和沉浸，因此家电零售场景也被重新定义。为顾客的门店体验增加科技与人文关怀，并根据用户体验更迭换代，这将不断提升消费者的黏性¹²。

聚焦于家电市场需求，积极开辟市场创新空间。近年来，中大型家电销量受挫。在这样的背景下，例如：电饼铛等烹饪类小厨电、扫地机器人等清洁类小家电、美容仪以及洁面仪等个人护理类的小型家电的总体销量逆着劣势发展状态稳步前进，为行业复苏注入动力。抓住进而引

导市场需求发展是小家电产品创新的方向所在。在我国目前现有的家电行业当中,“一招鲜吃遍天”的产品并不多见。借助“宅经济”的东风,不少企业挖掘细分市场,针对宅男宅女推出各种“一人份”家电,例如:小型洗衣机、单人电饭煲、迷你破壁机等。而面向孩子人群,则引入了宝宝马桶、幼儿口罩等规格、材料适宜的商品。如今,人们针对于有个性、不同的消费要求,通过服务细分人群,已日益成为小家电行业的基本共识。这种转变的背后,是消费行为越来越复杂、隐形化,无不体现了消费升级始终伴随着消费人群细分和消费场景窄化。对现阶段的家电企业来说,应主动求变,聚焦用户需求,做好产品文章^[9]。

增强自主开发能力,创新运营模式。现阶段,国内许多家电企业研究费用支持力量较少,造成公司的研究能力弱。为改变现状,家电企业应该首先形成相应的研发体制。如海尔集团的国家中央研究院就是由五大不同职能分工的技术中心所构成,从总体上建立了一条包含基础研究、产品更替代、工艺技术革新和产品上市前检测等在内的相对完善的研发投入管理机制。此外,在工业互联网时代下,家电市场竞争也将专注于技术的竞争。所有优质、高性能的消费电子产品,都是在国际领先的专有技术基础上形成^[10]。

5 结束语

在中国家电企业实现自主创新能力时应把有限的时间、财力、物力用于重点课题和技术问题的研究上。在营销管理领域,中国家电企业还应加以创新。现如今中国家电市场已趋于饱和,中国的民营企业应着力拓展国外市场,进行产品全球化。应主要针对涉及财务、科技管理、人力资源等领域的管理工作,进而扩展至企业客户关系管理工作、供应链管理等。在进军海外市场之时,应注重与当地的文化相融合,保持产品个性,也要把握市场共性^[11]。

参考文献

- [1]王婷,杨力潼,刘耘,伏洁.高质量发展视角下家电制造业转型升级路径分析——以某电器为例[J].北方经贸,2021(12):144-147.
- [2]黄智.高质量发展视角下中国制造业出口竞争力研究[D].广西大学,2021.
- [3]罗锦程,邓毅,何文娟.推进废弃电器电子产品处理行业高质量发展的建议——以青海省为例[J].资源再生,2021(04):14-16.
- [4]南存辉.加快发展方式转变提升自主创新能力全面推进

电气工业高质量发展——中国电器工业协会第五届理事会工作报告[J].电器工业,2021(01):9-15.

[5]苏亮,张丽.严守质量底线,坚持持续有效创新,支持家电行业高质量发展——访中国家用电器研究院生活电器检测中心部长陆伟[J].家用电器,2020(12):70-72.

[6]张歆.科技创新引领产业升级先进标准支撑高质量发展——关于随中国家用电器研究院代表团参加2019年柏林国际电子消费品展览会的情况报告[J].家用电器,2020(01):82-84.

[7]把握行业发展契机,促进高质量发展——中国电器工业协会智能电网设备工作委员会上年度工作总结及下阶段工作安排[J].电器工业,2019(11):54-56.

[8]推动高质量发展标准体系建设优化电工行业标准有效供给——中国电器工业协会标准化工作委员会三届四次会员大会暨2019年电器工业标准化会议工作报告[J].电器工业,2019(08):52-56.

[9]王琨,孙彬.顺应“三型两网”发展需求的电器工业高质量发展途径[J].电气时代,2019(06):38-40+44.

[10]胡怀阳.高质量发展下制造业精益化成本分析与控制方法——以南通阿斯通电器制造有限公司为例[J].现代经济信息,2019(04):198+200.

[11]加强标准化工作助推电工行业高质量发展——中国电器工业协会标准化工作委员会三届三次会员大会暨2018年电器工业标准化会议工作报告[J].电器工业,2018(06):63-67.

作者简介:董跃军(1977-),男,汉族,浙江遂昌人,本科,财务总监,研究方向:制造企业内部管理提升。