

格兰仕入局 家电业加快“造芯”

基于与SiFive China的战略合作,日前,格兰仕首次推出物联网芯片,并配置于16款格兰仕产品中,此举标志着格兰仕已经走出传统家电制造,开始布局智能家电,向更有前景的智能领域迈进。经历了中兴和华为事件之后,这两年家电企业在芯片产品上人人自危,以前不少家电公司甘于做世界的组装工厂,核心器件全部从国外科技公司采购,近两年,传统家电企业纷纷进军芯片半导体领域,包括格力、康佳、TCL,无一不开始布局上游产业。

在Galanz Next 2019大会上,格兰仕集团副董事长梁惠强表示,智能物联网时代,不能以电脑、智能手机的芯片为中心,而要用新的技术架构。所以,格兰仕与SiFive China合作,为智能家电设计一套专用的高性能、低功耗、低成本的芯片。目前,格兰仕刚刚上市的16款新产品,包括微波炉、空调、冰箱等,已搭载了芯片BF-51。

随着人工智能家电的兴起,家电市场对芯片的需

求大幅增加,但很多高端芯片还是来自于国外。在业内人士看来,家电企业的发展还要靠创新来驱动。

不仅是格兰仕,包括格力、康佳等在内的家电企业如今都在谋求芯片业务的发展。此前,格力电器董事长董明珠曾公开表示,将斥资500亿元投入到芯片制造当中,争取在2019年格力空调全部用上自己的芯片。

去年,格力电器成立了珠海零边界集成电路有限公司,该公司主业是芯片设计,主要还是围绕空调里使用的芯片相关;康佳集团则在2018年确立了转型成“科技创新驱动的平台型公司”的目标,目前,康佳已成为国内规模领先的第三代纳米微晶石生产企业,康佳半导体也已完成业务总体设计与战略规划,科技园区建设亦持续推进。

而几年前,黑电企业TCL、长虹已进入芯片领域,并正持续加大在这一领域的扩张。

“半导体事业不是一蹴而就的,不是短期内就能有

所成就的,这是一场持久战。”康佳集团总裁周彬表示。制定“造芯”目标容易,而实施起来家电企业的压力却很大。

首先,摆在眼前的就是巨额的资金压力。以很早布局芯片且小有成绩的华为而言,有数据显示,其在去年营业额为6036亿元,净利润475亿元,研发费用则达到了897亿元。近乎净利润两倍的研发费用可谓天文数字,且回顾华为近年来的研发费用,也均超过了净利润。

对比来看,格力电器在去年实现营收1482.86亿元,同比增长36.92%,归母净利润224.02亿元,同比增长44.87%。以董明珠口中三年500亿元的研发费用平均来算,投入占到了年净利润的一半,但对比华为的投入比例来说还相差甚远。

此外,要研发出芯片这样的核心部件,不仅需要巨额投入,更需要时间积累。产业观察家洪仕斌指出,实际上,家电企业的核心技术开发与整机开发具有很强

的协同作用,前者为后者提供技术支持,而后者为前者的产业化提供市场保障,两者带来的不是叠加效应,而是乘数效应。对国内企业来讲,不是什么轻松就做什么,而是什么关键做什么,企业的真正竞争力不在于量的积累,而在于产业战略结构的突破。”

洪仕斌同时认为,进入芯片领域对于家电企业来说,投入成本巨大且过程极为漫长。以家电行业的整体发展来看,去年的销售业绩并不理想,且这个趋势延续到了今年的一季度。在“造芯”布局过程中,如何在投入大量资金的前提下,保证主营业务的稳步发展也是问题所在。

从格兰仕所走的道路也可以看出,人才与技术也成为着家电企业“造芯”必须要迈的门槛,想突破这些短板并非一朝一夕。有专家认为,像格兰仕这样与芯片制造企业“联手”,通过参股、合资等形式介入这个全新的领域,也不失为一种稳妥之举。

北京商报记者 石飞月

· 资讯 ·

中国轻工产业高端服务产业园奠基

北京商报讯(记者 石飞月)近日,中国轻工产业高端服务产业园奠基庆典在滁州举行,标志着该项目的顺利落地。

据了解,“中国轻工产业高端服务产业园”是中国轻工业质量认证中心、中国轻工业信息中心、中国家用电器研究院联合发起并作为投资人,在中国轻工业联合会的指导和行业资源支持下,联合轻工相关行业协会、学会、科研院所等共同支持参与,会同滁州经济技术开发区合作共建的重要科技服务平台项目。

中国轻工业联合会党委常委、中国轻工业质量认证中心主任刘江毅对“中国轻工产业高端服务产业园”项目进行了详细介绍。该项目总占地面积50亩,计划建筑面积2.2万平方米,主要建设一座9层检验认证综合楼及三座细分功能的检测科研中心,建设期两年,计划于2021年竣工并投入运营。项目建设内容包括建设“国家级绿色食品检测中心”、“国家级智能家居检测中心”、轻工科研及中试基地、中国轻工业标准研究中心四大项。

洗衣机市场2019年增长平稳

北京商报讯(记者 石飞月)经历过快速普及期和高速发展期,中国洗衣机产业已经是一个高度成熟的行业,市场趋于饱和,增长趋于平缓。在日前由国家电网主办的“2019中国洗衣机·干衣机行业高峰论坛”上,中怡康推总数据显示,2019年1-8月,中国洗衣机市场整体规模为零售量2305万台,同比增长1.1%;零售额431亿元,同比增长0.8%。其中,线上市场零售量1257万台,同比增长9.2%;零售额171亿元,同比增长3.5%。线下市场零售量1048万台,同比下滑8.8%;零售额260亿元,同比下滑3.4%。

在近期的洗衣机市场调研中,多家洗衣机企业负责人对北京商报记者表示,今年以来,整体大家电市场都不容乐观,呈现了相对稳定但某些品类略有下降的趋势。具体到洗衣机行业,却是保持了平稳增长态势,这主要是来自于细分品类的升级以及家电下乡十年生命周期末端的产品更新换代需求集中爆发。

“洗衣机行业并不像空调、冰箱等行业受到季节性影响较大,回看过去多年发展历程,洗衣机市场受环境因素波动较小。”惠而浦(中国)股份有限公司冰洗产品市场部总经理单冷璇表示。基于此,他预判2019年对比2018年,整体洗衣机市场下半年会维持类似上半年的同比增速。

首届空调产业生态论坛南京召开

北京商报讯(记者 石飞月)近日,2019中国暖通空调产业发展峰会在南京召开,本次峰会首日是由产业在线携手苏宁易购全面升级打造的首届空调产业生态论坛。

苏宁家电集团空调公司&中央集成公司总裁王振伟从绿色与健康两个角度,对空调行业的发展趋势做了详细分析。他指出,随着消费升级与技术迭代,未来绿色健康空调将呈现三大走向:第一,随着能效标准的出台,一级变频将全面普及,定速空调即将离场;第二,在国家促进绿色消费政策的鼓励下,节能环保的概念必将深入人心,绿色空调的市场份额也会持续走高;第三,健康空调将愈发走俏,随着消费者对健康生活的关注度越来越高,舒适风、自清洁等健康功能将成为影响消费者选购空调的重要因素。

2018年,国内空调产业在经历了三年的高增长后,急转直下,并由此奠定了2019冷年的基调——市场低迷,竞争加剧。从开盘到收官,空调市场一年来的发展也佐证了当时的预期。