



# 小米来了 冰箱市场新冲击？

小米终于凑齐了彩电、冰箱、洗衣机、空调“家电四大件”，日前，该公司正式推出新品，意图对冰箱市场发起攻击。在专家看来，小米介入冰箱领域，肯定会对该市场产生一定的冲击，但在传统大家电制造上，小米也有软肋，因此，未来小米能否像彩电一样颠覆冰箱市场还有待观察。

## 凑齐“家电四大件”

此次小米发布了四款冰箱新品，基本上完成对不同的尺寸、容积和价位的全面覆盖。售价方面，米家风冷十字四门冰箱486L首发价2999元，正式售价为3299元，米家风冷对开门冰箱483L首发价1999元（限10月15日开售当天），正式售价为2499元，米家风冷三门冰箱210L首发价1599元，正式售价为1699元，米家两门冰箱160L首发价仅999元，正式售价为1099元。

从2013年发布小米电视，宣告着小米跻身大家电赛道，到2018年小米发布米家互联网空调，再到2019年1月发布互联网洗衣机，在进军大家电之路上，小米越走越远。再加上即将推出的小米冰箱，可以说短短数年内，小米就已凑齐了电视、空调、洗衣机、冰箱等传统“家电四大件”。

虽然小米生态链品牌云米本身就有冰箱业务，但其实并不算小米品牌，这次才算小米真正进入冰箱市场。

针对小米入局冰箱市场，前几天还发生了一起风波。10月9日，“ZNDZ资讯”上发布一条署名为“柠小檬”的《小米大家电系列新成员！小米冰箱将于10月11日亮相：海尔代工》的文章，并引发其他媒体转发。此后，海尔冰箱声明表示，这是虚假报道：“海尔冰箱从未给该品牌代工”。作为涉事的另一方，10月10日晚，小

米官方微博“小米公司发言人”也发布声明称，新品并未与海尔冰箱进行任何层面或环节的合作。

## 加速行业价格战

在小米正式推出上述四款冰箱新品后，市场上开始有质疑的声音，米家冰箱会不会像小米电视和小米手机那样，一定程度上拉低整个行业的价格水平？此前，不管是小米手机，还是小米电视，又或者是其他的智能硬件产品，小米基本都会用接近成本的定价。

自从小米、乐视等互联网企业进入电视行业起，传统的彩电厂商就怨念极深，小米电视虽然利润不高，却可以从广告等互联网渠道赚钱，其他厂商不像小米那样，拥有庞大的用户群体，赚钱的渠道也没小米多。

互联网公司采取的硬件低价策略让行业陷入了盈利困境，让2014年彩电行业30年来首次销量负增长的态势一直持续到2015年，互联网家电风云也继续多变。当时，长期占据国内彩电市场前五的创维、海信、TCL、长虹和康佳，除了前两家外，剩下的三家企业均进入了低增长甚至是负增长状态。

直到现在，尽管不少互联网电视品牌已经不起价格战而倒下，但彩电产品的价格还在持续下跌。小米在4月9日的“米粉节”上，给出了100~500元不等的电视产品降价，其中32英寸小米4A、小米4C的价格更是进一步压缩，从899元降至799元。

对于冰箱市场，产经观察家丁少将表示，从今年上半年的发展情况来看，冰箱市场已经处于量涨额降的状态，同时，与市面上大品牌某些参数类似的产品对比，小米的价格优势也不算明显。所以，就行业的后续发展来看，如果仅认为是小米导致了价格拉低，这个判

断是不成立的，当然，小米的进入有可能继续推动这种均价下行的趋势。

但家电观察人士许意强认为，如果众多家电企业，特别是家电行业的一二线，以及三四线企业，任凭小米这种“贴牌家电”企业，以极低的价格持续破坏家电产业良性发展的生态体系，最终会对家电产业的发展和生存根基造成动摇和影响。

“我最担心美的产品步彩电后尘。”美的集团董事长兼总裁方洪波此前也表达过这样的担心，一部手机上万元，一台大屏电视上千元，彩电企业变为微不足道的硬件企业，被淹没在内容、软件主导的时代大潮中。“如果美的今天做的产品都像彩电一样，我们哪里有未来？”

## 优劣势同样明显

相较于彩电市场，冰箱市场的情况相对较好。奥维云网数据显示，2019年上半年，中国冰箱市场零售额458亿元，同比微降0.3%；零售量1631万台，同比增长2%。而来自中怡康的数据也说明这一点，上半年冰箱零售量为1638万台，同比增长1.3%，零售额455亿元，同比下降2.3%。

奥维云网分析认为，上游成本压力的骤然释放将行业迅速带入价格竞争局面，波及至每一个细分市场，而价格下探侧面刺激了市场更新需求的释放，行业需求呈小幅回暖状态。

北京商报记者在京东商城上发现，创维478L的冰箱在降价后也只要1899元，比小米的类似机器还便宜

100元，所以小米冰箱在价格方面的优势并不明显。

“小米做冰箱未必能像彩电一样成功。冰箱与彩电的不同之处在于，后者可以借由内容、服务，持续运营用户，借此实现差异化和新鲜感，虽然彩电硬件小米不擅长，但互联网运营却能体现它的相对优势。而冰箱，以保鲜、贮存能力为最主要诉求，即便在“智能化”持续的当下，也很难对其他能力做出些许让位，也就是说，冰箱会更加需要品牌自身的技术研发实力，仅凭借不明显的价格差异还不容易弥补。”丁少将说。

有关专家表示，冰箱不像手机用两年就要换掉，而且也不像彩电，屏就占掉了近七成的产品成本。冰箱市场的制冷技术、工业设计以及物流服务都会对产品的价格产生比较大的影响。

产业观察家洪仕斌则认为，小米产品的品质可控，营销覆盖率比较强，再加上小米的品牌支撑和价格优势，很容易对整个市场造成冲击。

要注意的是，小米在大家电产业的扩张，更多还是为其AIoT战略做布局。目前小米公司除手机业务外，营收的主要来源是AIoT业务，其中仅电视、空调等大家电业务给品牌带来的营收贡献就达到了5个百分点。小米大数据产品总监赵辉华在中国大数据应用大会上曾表示，小米有3亿的用户，在3亿用户中有超过日活21个的千万小米应用，这些应用都沉淀到云服务上。这是小米在大数据方面的优势。

北京商报记者 石飞月/文并摄

关注

Market focus

## 自主品牌发力 液晶面板行业洗牌加速

随着京东方等自主品牌的崛起，液晶面板行业正在加速“洗牌”。

日前，LG Display进行重大重组，多达1/4的高管被裁，旨在进一步削减LCD液晶面板业务。有关分析认为，任何一个产业都会出现产能过剩的问题，经过发展、洗牌、再发展、再洗牌，几轮搏杀再慢慢进行集中化，最后剩三到五家。

LG Display表示，为保证公司财务能力正常运转，公司进行了组织架构调整（合并职能重叠部门、简化部门结构），已有约1/4的高管离职。该公司还表示，为了加快业务转型，即从侧重于液晶显示器（LCD）到侧重于OLED显示器，该公司通过合并电视面板开发团队和其他移动、IT团队，缩减了LCD业务的规模。被调离液晶显示器业务的员工将被重新分配到大尺寸OLED或小尺寸P-OLED部门。

无独有偶，韩国三星显示器业务部门上个月也推出了一项提前退休计划，以裁减员工。该部门上月初开始采取措施实施该计划，在该公司工作五年以上的员工都可以申请。此外，该公司还将一些LCD生产线的员工调到OLED生产线。

再加上此前中华映管因为资不抵债，已申请法院宣告破产，足可以看出液晶面板行业目前萧条的情况。

与上述厂商形成鲜明对比的是，京东方、华星光电等内地面板厂商的日子过得还不错。从

2019年上半年出货数量的排名来看，京东方LCD出货量排名世界第一，市场份额为18.2%；华星光电大尺寸液晶面板出货量保持全球第五，32英寸液晶面板产品市场占有率居全球第二，55英寸UD产品出货量为全球第二；深天马在LCD挖孔屏产品上全球出货占全球智能手机挖孔屏的比重为36%，位居国内出货第一位。

三星电子在上调今年的电视机出货量后，大幅扩大了对中国液晶显示屏产品的采购量。据韩国《中央日报》报道，三星电子影像显示（VD）事业部计划在今年四季度前（10~12月）增加对京东方（BOE）和华星光电等中国企业的10.5代液晶显示屏（LCD）面板采购量。

产经观察家丁少将指出，京东方、华星光电等中国内地面板企业的崛起和新产线的不断投产，严重挤压了其他面板厂商的生存发展空间。

不过，在高速发展的同时，内地厂商也面临着整个行业产能过剩的压力。据悉，京东方已开始将10.5代液晶显示器生产线的产量从7月开始减少25%，其他液晶显示器生产线的产量减少10%；华星光电和惠科也分别将8.5代液晶显示器产品的开工率分别下调了10%和20%。

近年来，产能过剩已成了面板厂商绕不开的话题。群智咨询（Sigmaintell）的数据显示，2019年上半年，液晶电视面板全球出货量约为1.4亿片，同比增长3.6%，出货面积约为7734万平方米，

同比增长10.4%。

产能过剩直接导致了面板价格下跌。全球市场研究公司IHS Markit研究数据表明，截至8月，32英寸和55英寸液晶电视面板的价格分别为33美元和106美元，分别比年初下降20%和26%。

“目前来看，关停的产能对市场还没有体现出明显的效果。”北京奥维睿沃研究副总监卞铮告诉北京商报记者，今年后半年以及明年还会有新的产能开出，整个市场供过于求的状况短期之内很难得到缓解，整个市场的好转需要有进一步老旧产能的退出和转移。因此，大尺寸液晶面板价格目前依然承受着下降的压力。产业观察家梁振鹏也指出，液晶面板整体市场供过于求的现状在未来两年内还会越来越严重，价格在短时间内难以得到回升。

过去，LCD液晶显示器逐渐取代传统CRT、等离子和采用投影技术的设备而逐渐占主导地位，但这并不意味着液晶将一直主导显示市场，近几年，随着OLED技术的成熟，液晶的地位开始受到威胁。

在梁振鹏看来，液晶显示面板行业正在加速洗牌，面板价格上不去，未来就还会有中小面板厂商走上破产的道路，此外，京东方、华星光电等企业在面板上的市场份额越来越高，未来还有更加集中的趋势，这也给剩下的中小厂商造成了很大的生存压力。

北京商报记者 石飞月

## 方太推出多款智能厨电产品

北京商报讯（记者 石飞月）10月10日，在2019中国绿色厨卫、燃气用具及家居五金博览会（2019KBGHE）上，方太新品御厨1.5代高端厨电套系，搭载首款在线厨房智能语音助手，联动智能星魔方、智控三眼灶、双管快消消毒柜、全语音智能电烤箱、电烤箱等厨电产品。

此前，方太发布了其全新的净水机产品。其搭载了方太原创发明的NSP膜色谱双效净水技术，可以做到有效滤掉重金属，并保留水中有益的矿物质。据悉，方太NSP膜色谱双效净水技术能做到“选择性过滤”的秘密，来自于大通量中空纤维膜丝和膜色谱定向选择性过滤的复合叠加。通过前置活性炭与PP棉复合滤芯、纳滤滤芯可以滤除99.99%的细菌、病毒及大部分有机物，同时适当降低水质硬度，有效防止水垢，部分滤除有害重金属杂质。再经过净水膜色谱滤芯，选择性吸附重金属达99%以上，同时保留水中人体有益的矿物质。有关专家表示，方太净水机不仅能够高效滤除重金属，还能保留有益矿物质。该产品深刻洞察消费者对健康饮水的高品质需求，重新定义了饮用水健康标准，并以原创材料科技打破国内高端净水膜主要依赖进口的局面。

## 长虹获得多个领域产业冠军

北京商报讯（记者 石飞月）记者日前获悉，不到三年时间，四川爱联已成为了中国内地最大的物联网无线联接模组与感知应用产品及服务的研发与智能制造基地，截至目前，已累计为超过2.6亿件产品提供了安全可靠的联接服务。成为中国物联网无线联接行业的隐形冠军。而爱联的前身是长虹器件科技公司高频产业，是长虹国企改革和骨干员工持股试点的重点单位，由长虹控股集团控股。

这样的产业冠军在长虹还有很多，但外界却知之甚少。长虹华意是全球冰箱压缩机行业的龙头企业，连续十多年保持着国内冰箱压缩机行业市场份额第一。据估算，目前全球每4台家用冰箱压缩机中，就有一台来自长虹华意；长虹佳华是中国最大数据存储方案提供商，被业内评为“IT存储产品分销卓越企业”；长虹电源有限责任公司是中国最大轨道交通电源系统提供商。长虹华丰是中国最大轨道交通电源系统提供商。作为国家航天工程的重点合作伙伴，先后为我国载人航天工程配套了九大系列、1400多个规格、5万多只电连接器及相关配套所涉及的各个系统模块。

## 朝阳区税务局实施“优化营商环境联动计划” 打造区域服务新品牌

为进一步优化朝阳营商环境，破解企业投资生产经营中的“堵点”“痛点”，促进区域经济发展，朝阳区税务局与各街乡对接，成立“优化营商环境工作小组”，进驻便民服务大厅，让纳税人、缴费人感受“送上门”的纳税服务。

据了解，朝阳区税务局首批选派60名税务干部进驻20个商业网点集中的街乡兼职工作，并与各街乡成立“优化营商环境工作小组”进驻便民服务大厅，负责办理企业相关税收咨询、发放税法宣

传资料、引导办税等事宜。同时各“优化营商环境工作小组”针对不同类型的企业主动提供“一对一”减税降费专项辅导上门服务，精准解决企业在享受减税降费过程中的疑难杂症，倾听企业建议，为纳税人享受税收优惠做“加法”。“税务干部到街道兼职不仅有利于加强干部交流，同时可以助力产业发展，进一步优化营商环境。我们来广营税务所的兼职干部也是第一时间联合地区办事处相关人员走访了北京佳农新贸易发展有限公司、北京

通厦新奥物业管理有限公司、北京站酷网络科技有限公司等企业，听取辖区内企业亟待解决的问题及最紧要的需求。”来广营税务所所长刘学龙表示：“除了税务干部到街道兼职，我所还将持续增强主动服务意识，健全重点税源户和异地纳税企业‘两个清单’，以朝来科技园等商务楼宇为重点，以成立来广营地区优化营商环境领导小组为契机，协同市场监管部门，加大企业走访力度，助力辖区企业发展”。