

本报主办的“2008 合肥家电产业发展论坛”昨日举行

安徽家电产业突破 200 亿元

昨天下午,由本报主办的“2008 合肥家电产业发展论坛”在合肥顺利举办。围绕安徽家电产业的发展现状以及在新发展环境下安徽家电产业应该如何发展壮大等问题,与会的相关政府领导,家电生产企业格力、海尔、美的、格兰仕、合肥三洋、TCL等,流通企业国美、苏宁、五星、百大电器、国生等负责人进行了激烈的思想碰撞。安徽家电的品牌集中度和产业链完整度,已经跻身为中国家电发展的第四“增长极”,得到了与会代表的一致赞同。

记者 周平 吴笑文/文 王恒/图



图为论坛现场

现状

合滁芜“金三角”家电圈已形成

在昨日召开的家电论坛上,与会专家认为,目前安徽已经发展为继珠三角、长三角、胶东半岛之外全国家电制造业的第四增长极,产业规模突破 200 亿元。围绕着合肥、芜湖、滁州这样一个夹江

200 公里的区域,共生产各类家用电器超过 2000 万台,电冰箱、洗衣机产量位居全国三甲,中部第一,分别占到中部的 89%、83%,空调产量进入全国四强,居中部第一,占中部六省的 51%,三类产品

合计占中部六省的 70%。

从分部区域来看,目前合肥聚集了美菱、荣事达、海尔、长虹、格力等一大批国内外著名企业,品牌集中度之高国内罕见,已成为当之无愧的全国三大家

电制造基地之一;芜湖进驻了美的、日立、科龙、长信等强势家电企业,家用空调器成为近年来皖系家电崛起的一匹黑马;滁州也包纳了博西华、康佳、扬子、天大等国内外知名的大企业集团。

挑战

家电产业发展面临多重压力

“截至 4 月 21 日,国际油价已经达到了 117 美元/桶,而生产家用电器所依赖的原材料——钢材的价格也在不断增长,使得制造企业生产成本大幅提高。”在昨天的家电发展论坛上,省经济信息中心高级经

济师柯常松表示,2008 年对于家电产业发展来说,将面临着前所未有的压力。

成本持续增长是 2008 年家电业遭遇的最大挑战。专家预计,进入下半年升值步伐会放缓,但持续升值趋势不会改变。

此外,美元贬值以及国际金融资本的运作,导致家电行业所使用的塑料、铜、铝、钢材等原材料价格持续上涨,家电企业生产成本不断增加。“以钢材为例,如果钢材价格上涨 15%,对空调和冰箱成本的影响在 1.5%左右,对洗衣

机成本的影响在 3.8%左右。”柯常松表示,家电制造业企业本身就是微利行业,随着成本的不断增加,在下游家电产品供大于求的情况下,很多企业只能通过压缩利润空间的方式来化解压力。

机遇

力争向三四级市场要份额

财政部、商务部决定于 2007 年 12 月至 2008 年 5 月在山东、河南和四川三省,针对彩电、冰箱(含冷柜)和手机三大类产品开展“家电下乡”试点工作。政府充分发挥宏观调控的主导作用,将出口退税的 13% 直接返还农民,减轻农民负担,

刺激消费。“家电下乡”还直接提升了中标渠道商的影响力,使其与“杂牌机”横行的渠道产生区分。

来自商务部门的预测,“家电下乡”活动可撬动 100 亿元的家电市场销售,2008 年,“家电下乡”活动有望向其他家电产品及全国

其他地区推广,这无疑为家电企业进军农村市场吹响了号角。

对此,省发改委章新洲处长表示,近年来,受合资品牌大幅降价、城市居民消费升级的冲击,国产家电特别是彩电、手机在二级市场的占有率大幅下滑。市场环境逼迫家电企业必须

转变思路,向三四级市场要份额。实施“家电下乡”政策,实现由外向内的转变,实现从过度依靠出口向挖掘自我消费潜力转变,实现从城市市场向农村城市市场并重转变,将有利于促进家电生产、流通占领农村市场,并为农民带来真正的实惠。

目标

2010 年形成 4000 万台大家电产能

根据省经委的发展规划,到 2010 年,我省形成 4000 万台大家电生产能力,其中家用电冰箱规模达到 1500 万台,家用洗衣机规模达到 1000 万台,家用空调器规模达到 1500 万台,工业

产值达到 700 亿元,实现利税 50 亿元,出口交货值 100 亿元。

力争在两年的时间内,将美菱电冰箱、荣事达洗衣机、美的空调器发展为全国同行业前 3 位。在空间上形成三足鼎立的

合肥、芜湖、滁州三大家电生产、出口基地;合肥市成为家电产业规模的集群化生产基地。到 2010 年,家用电器生产规模达 4630 万台;滁州市形成家电配套集群,到 2010 年,家用电

器生产规模达 1800 万台;芜湖市外引内联,形成环保、健康空调等绿色、新型家电产品,到 2010 年,形成年产 500 万台空调、200 万台家用电机、60 万片显示器件生产能力。

相关链接

到 2010 年,安徽省将形成 4000 万台大家电生产能力,其中家用电冰箱规模达到 1500 万台,家用洗衣机规模达到 1000 万台,家用空调器规模达到 1500 万台,工业产值达到 700 亿元,实现利税 50 亿元,出口交货值 100 亿元。中高档产品的比重进一步提高,15% 的产品达到同期国际先进水平,85% 的产品达到同期国内先进水平。

●论坛相关内容
详见本报近期报道

声音

安徽省经济信息中心
高级经济师 柯常松



目前,中国家电制造有“三极”:一是珠三角,企业数量占全国的 60%,主要产品的空调器、微波炉和以出口为主的小家电占据重要地位;二是长三角,企业数量约占全国的 30%,主要优势产品为洗衣机、空调器和厨房电器;三是环渤海经济圈,企业数量占全国的 10%,主要优势产品是空调器、冰柜和电冰箱。

合肥地位将进一步提升,交通、趣味、产业配套和集群效应,大建设、大环境、大发展,合肥周边有长三角和中部作为腹地,涵盖了我国东中部最发达的 7 省 1 市,市场潜力巨大。

当前成本上升、外需减弱,对家电行业来说短期是个很大的挑战,但从长期看,这也是家电行业转型升级、改变粗放式发展方式、提高产品档次和附加值的最佳机会。我国家电行业,应该要加快从底部向两端延伸,不断提高技术含量和工业设计能力,增强压缩机、控制器等关键零部件自我配套能力,逐步走向品牌化、高端化发展之路。

安徽省经济委员会

行业规划处副处长 陈晓芳



安徽当前已经是众多国外家电企业的制造基地与工厂,承接了很多国际代工的业务,随着经济全球化的进一步发展,安徽有可能成为国际家用电器企业进一步转移生产与制造产能的目的地。

我国家电产业结构正处于不断优化之中,家电产业集中度不断提高。产业的发展与整合为安徽家电产业的发展带来了机遇,促成了安徽家电产业集群的出现,带动了本地配套产业的蓬勃发展。未来几年,城镇居民家电消费将进入更新换代周期,农村居民家电消费进入快速普及阶段,市场需求将稳定增长,奥运会的来临将为数字电视带来发展的机遇。

在大家电利润持续走低的背景下,来自小家电领域高达 15%—30% 的利润正成为一种诱惑,高利润也折射出整个小家电领域呈现出的蓬勃发展生机;资本流入,大家电企业纷纷进军、品牌彰显拉力、营销网络日趋完善、产品质量与工艺全面提升,小家电领域的发展渐入佳境。