



现代化家电生产线

家电“甬军”新突围

万众创新的风暴已经掀起。面对互联网、新技术引发的新一波创业浪潮，慈溪家电企业“固本开新”，抢抓机遇，努力通过产品创新、技术创新、市场创新等激发家电升级“新动力”，谋求家电“新蝶变”。

澎湃“新动力”
加速慈溪家电强势崛起

员工减少近七成，生产效率翻番，制造费用降低一半以上，产品一次性合格率提高至95%以上……刚刚通过验收的慈溪首个“机器换人”自动化改造科技专项，让先锋电器如虎添翼，成为“亩产标兵”；

50位家电电商新秀抱团“线上逐鹿”，一年不到创下7000余万元的靓丽业绩。面对即将到来的风口，新老家电精英雄心勃勃：5年后，慈溪家电馆销售额将达50亿元；

因为功能新颖、外观靓丽，一款慈溪家电企业生产的车载空气净化器和在宁波2014中小企业全球论坛上“意外”走红，成为会场之外最大的“明星”。

2014年，慈溪家电打出一手“创新”好牌，技术创新加速产品创新，创新产品借助电商平台找到强劲“风口”。截至10月底，慈溪家电行业新产品产值135亿元，新产品产值率39%、人均产值41万元，同比均呈现上升趋势。创新，正在点亮慈溪家电美好未来。

线上线下一快意逐鹿

与以往相比，现在的创业创新氛围更加浓厚、机会更多，互联网让创业创新更加便捷，改革让创业创新门槛降低，慈溪家电强势崛起进入最佳时机。

借助电子商务，慈溪各大家电公司在移动互联网空间酣畅激战。

方太联合京东推出全球首款云智能厨电产品以来市场反响强烈。“在与京东的智能厨电合作中，方太是第一个吃螃蟹的。”京东副总裁闫小兵对其表现赞赏有加，认为这套高端智能产品对方太和京东智能云合作意义重大。

目前，方太、沁园、先锋等品牌企业在全国家电十大电商平台快意逐鹿，打造同行领先优势。同时，正当国内各大电商巨头面向更多中小家电特色企业“第二波”新选企时，慈溪家电馆锁定全国首个区域产业与电商巨头合作新模式，打造家电产业区域品牌、全网营销孵化自主品牌，已与9家家电企业开始合作，目前已有舒飞、家尚、巨丰、西贝乐电器等50家外贸企业对接做自主品牌，大多因产品有卖点而收到预期效果。

新常态、新经济来临，“慈溪制造”拥抱电商经济，慈溪家电脱颖而出。来自相关经济部门数据，2014年前10个月，全市26%规模以上企业做电商，家电占4成，且形成两种鲜明格局：品牌企业一马当先，再唱线上品牌“头口水”；其他企业百花齐放，纷纷试水。

2014年“双十一”，慈溪家电电商品牌突破飞跃新节点：方太仅在天猫就实现了销售破亿，同比翻了一番；沁园突破5000万元，同比增长3倍多；先锋1950万元，再创新高；慈溪家电馆首次“双十一”策划，销售516万元。

为何家电产业适合做电商且赢得领先优势？“线上线下都是同一个品牌，电商用互联网思维布局，必须从产品制造走向品牌经营。”方太董事长兼总裁茅忠群一语道破。“就行业来说，小家电两季产品的即时性快速切换特质，非常适用于网商方便快捷的购物方式。”

先锋董事长姚国宁接受采访时指出小家电做电商特点和品牌企业的优势：“先锋品牌地位优势体现在产品的定价上，最低配置的油汀先锋售价要高出其他企业最高配置50%，而自身渠道的售后服务优势也为线上品牌提供了有力支撑。”

品牌企业做电商有不同选择，在沁园、赛亿身上得到充分显现。“沁园电商正在撰写新的一页，这固然取决于线下品牌强大底气，更有线上品牌决策正确、定位清晰、重点把握、机制创新的缘故。”沁园董事长叶建荣接受采访时表示。沁园电商负责人诠释“沁园电商模式”：抓紧日常营销和产品线开发，瞄准80后、90后等新群体，突出设计“眼球效应”，每季度推出净水器新品2款至3款；体验式消费体现在各个环节，取得良好的口碑传播效应；传统品牌电商营销节点

活动策划销售占比今年预计为45%至50%，同比提高10个至15个百分点。对于拥有产品品质优、品类丰富度高等特色的赛亿小家电而言，重点放在线上联动线下、放大品牌效应上，通过电子商务的开发与建设，拓展销售渠道与网络知名度。据了解，2013年冬季，赛亿电子商务网络渠道有10款取暖器销售均破万台，最高单品达到5万台；2014年抢搭京东“6·18”大促盛宴，倾力打造新品横出风冷风扇销售点引爆，6月17日至20日四天创造近200万元的销售佳绩，环比销售增长230%。

无论是品牌企业，还是贴牌企业，取得新突破、新业绩都有一个共同趋势：线上增速高于线下增速，且销售占比越来越高。沁园电子商务销售业绩2012年以来连年翻番增长，2014年预计销售2.5亿元以上，同比增长1.5倍。同时，在企业净水器总销售中电商渠道占比逐年递增，从2012年的11%有望提升到2014年的25%。先锋电器于2010年在小家电同行中率先推出电商部，2011年、2012年、2013年销售分别为7000万元、1.3亿元、1.7亿元，2014年预计突破2亿元。慈溪家电馆2014年预计内外销分别为8000万元人民币、200万美元，力争两年后分别达到3亿元人民币、1000万美元。

近年来，为了引导家电企业转型发展，慈溪政府努力当好“引导员”。在财政扶持的基础上，慈溪通过实施企业效益提升工程、联合兼并工程、“千百亿”技改工程等三项政策工程引导家电行业创新发展。2009年，慈溪在全国首创“政企联动、整合资源、市场化、专业化”体制，组建慈溪市家电服务中心有限公司，构建“采购、售后、物流、信息、设计研发”五大公共服务平台，打响“慈电联盟”售后服务区域品牌，并通过财政杠杆撬动民间资本。“如今，慈溪家电行业从零配件生产转向整机生产、从依靠外贸到内贸外贸并举，形成了完整的产业链和产业梯队。通过产品创新、市场渠道开拓和品牌培育，拼得了自己的市场地位。”慈溪市经信局有关负责人说。

新的一年，慈溪家电的梦想会更加绚烂，慈溪家电的故事将更加精彩。



新奇特家电风起云涌

动动手指，就能让家中的插座“应声开关”，这种炫酷又能省钱的WiFi智能电源插座，已在慈溪公牛电器“诞生”。

原本“含金量”不高的水壶、多士炉、咖啡机等早餐设备和打蛋机、搅拌机食品设备，到了宁波高泰电器手里，就变得“高大上”起来。波点系列产品以光亮的红色浮点夺人眼球，钻石系列用精致的钻石格纹营造高端格调，复古-特色系列带人回到上世纪60年代的厨房……这家成立才两年的家电公司目前已取得国内外专利103项。

2014年，新奇特、小而美让慈溪中小家电企业生机勃勃。“家电产品的魅力就是创新、创新、再创新。只有不断创新，才会有不断的市场和不断的利润。”慈溪市家电服务中心有限公司总经理成冠军说。

近年来，智能化日益成为家电产品最耀眼的“商标”。一款空调扇集智能滑盖、智能开关、智能显示出风口温度于一身；一台干衣柜体积小如冰箱，一台洗衣机能对废水

进行回收处理……宁波慈溪家电在打出“智能”牌后，越来越多的家电企业用智能化“武装”产品，让慈溪家电企业找到了与国内外家电巨头竞争的“杀手锏”。一批企业借助“芯”工程展翅腾飞。冰箱新秀“韩电”上马新型智能环保家用冰冰箱生产线，年产量迅速突破120万台，产值逾20亿元。

智能化创新加速，绿色环保新风劲吹。在慈溪市相关部门协助下，慈溪奇迪公司生产的两款饮水机因降低能耗达到40%，各项指标完全符合要求而被评为美国电器产品“能效之星”，成为唯一一家获此殊荣的非美国本土企业。

产品创新的另一个“利器”是品牌。已过而立之年的慈溪家电“尝尽”了贴牌的“喜乐与忧愁”，如今，打造品牌正越来越强烈地成为整个行业共同的渴望。

在慈溪家电品牌战略牵引下，家电产品正悄然发生改变：从仿制到自主研发、从单一品种到多品种、从小家电为特色的产品结构向大家电和



中国慈溪家电博览会

健康智能护理家电等拓展，目前慈溪制造的家电产品涵盖电冰箱、洗衣机、取暖器、电熨斗等20多个系列，慈溪成为饮水机、电热水壶等21个产品的全球生产基地。家电产业已拥有中国名牌7个、出口名牌两个、驰名商标49个，省级出口名

牌37个，成为名副其实的家电名牌汇集之城。以慈溪家电产业集群为主要依托的“全国小家电知名品牌示范区”也在积极推进中。

2015年，慈溪家电还将“试水”个性化定制，主动追寻下一个风口。

技术创新张力持久

技术创新是2014年慈溪家电最强劲的拉动力。

1月到8月，慈溪授权专利总量位列全省第一，家电贡献超过“半壁江山”。

据统计，慈溪家电产业已累计获得国家授权专利6000余项，有10多家企业参与国家标准的制订，先后获得“中国家电采购基地”、“智能新型家电特色产业基地”等称号。

人才是创新要素中最活跃的因素。慈溪德曼空压机制造公司，从一家部级研究机构“猎”回总工程师后，成功开发出变频空压机等高新技术产品，一举让德曼成为国内变频空压机的领军者。目前，慈溪培育各类企业技术创新团队17个，聚集家电专业技术人才约3万人，高层次家电人才1000多人，构建起慈溪家电创新转型的“主力军”。

业内专家指出，在拉动家电行业市场增长的多驾马车中，规模扩张与价格驱动的效力正逐步减弱，唯有技术创新保持了持久的张力。事实上，从全国来看，虽然一年来整个家电行业持续低迷，技术领域却是粮食满

仓的丰收年；以智能化和健康技术为代表的大量新技术的应用与落地，正在盘活推动行业向前发展的活力。

慈溪家电企业在新技术竞技场“奋马扬蹄越雄关”。近年来，面对“刀锋利润”的严峻考验，慈溪家电企业竞相进行技术改造，效率转型，从劳动密集型向机械化、自动化转型，大规模实施“桌面化”生产，以信息化手段提升工业水平和效率。在月立电器的车间里，不仅有自动化喷漆设备，还有自动化包装流水线和注塑机械手。

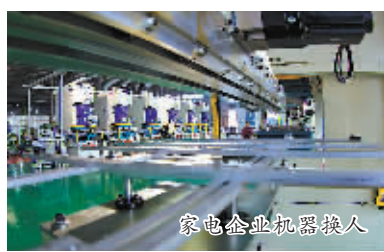
据了解，“月立”曾投资1000万元引进三条自动化喷漆流水线，工作人员只需要在生产线的数控器上操作，就能完成生产。而先进的封闭式喷涂流水线，解决了现有工作人员控制喷涂机进行喷涂存在的劳动强度大、生产效率低、用工人多、涂层质量差等问题。生产工人由45人减少到3个人。这三条生产线的引进给企业节约人工成本在20%以上，节约用电15%左右。而该公司90台注塑机械手则减少了一半的用工成本。

通过技术改造突围劳动密集型的

只“月立”一家。慈溪市家电龙头企业先锋电器先后投入5000万元改造生产流水线。一套投资1500余万元的全自动流水线可年生产300万套壁炉外观铁板。先锋电器还对油汀生产的流水线进行全自动改造，投资3000余万元。先锋电器负责人表示，这一道“减法”轻松实现了1人替代35人的“减员增效”。公牛集团2013年开始实施三年“机器换人”行动，投入7000万元进行自动化生产线改造，完成后，原有的6600多名职工将减少一半多。“2013年已经初尝甜头，工人数量少了10%以上，企业产值反而增长近30%。2014年预计减少工人千余名。”

为了帮助企业加速“机器换人”，2014年年中，慈溪还在全市率先推出“机器换人”专家服务指导组，进驻企业“把脉问诊”。

技术创新提升了慈溪市家电竞争优势，慈溪市家电行业的技改投入占到整个工业技改投入的三成以上。目前，慈溪市已拥有高新技术企业38家，各级企业工程技术中心超过80家，宁波市级以上各级企业技术中心45个，其中国家级1个。



家电企业机器投入



智能化成为升级新风尚

