

3C周刊

盘点 2019 家电业



行业斗法不止 5G 孕育新机会

2019年即将过去,纵观这一年起起伏伏中,5G商用牌照颁布,中国宣告正式进入5G商用元年,家电业也迎来了IoT新机会;空调行业罕见在双11发动价格大战,并且取得销售大增;电商平台“二选一”乱象不止,并在持续发酵中愈演愈烈;华为智慧屏的推出,倒逼彩电企业开始集体变革,格力公开举报奥克斯空调能效造假,引发业界一片哗然……

■新快报记者 陈学东

1

5G启动加速家电 互联互通

6月6日,工信部正式向中国电信、中国移动、中国联通和中国广电发放5G商用牌照,宣告中国正式进入5G商用元年。5G时代不仅给手机厂商带来了契机,也给家电行业带来了新机会。

智能家电一直是众多家电企业发展的方向,而5G商用的加速落地,更是让这一新赛道充满了想象空间。海尔智慧家庭独创的UHomeOS操作系统已经可以实现四大物理空间,七大全屋成套智慧家庭解决方案的互联互通。格力电器宣布与天猫签署IoT合作协议,双方将从技术、渠道、生态层面展开合作。美的在构建自己的智能家居平台外,还联合百度等众多科技、家居企业成立开放的IoT生态联盟,以期打通不同品牌产品间的互联互通。

随着5G网络的普及,生态的优势逐渐增强,家电单一产品的优势随之弱化。正如中国家用电器协会理事长姜风所言,“以单品智能为特征的1.0时代已经过去,实现智能家居场景化是未来产业升级和企业突围的关键。”

2

格力公开举报奥克 斯能效造假

6月10日,格力电器官方微博上发布《关于奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品的举报信》,举报称奥克斯空调多款产品能效比和制冷消耗功率检测均不合格,标称的能效值差距较大,涉嫌构成生产销售不合格产品且销售金额巨大。

此消息一出立即引发了业界哗然,通过自身官方渠道实名公开举报竞争对手,如此直接的商业行为着实罕见。奥克斯对此回应称:格力采用不正当手段诋毁同行,目的是影响奥克斯旺季的销售,属于一种行业的不正当的竞争手段。

随后国家市场监管总局和中消协均表示对此事高度关注,不过截至目前还未有进一步进展。家电行业产值巨大,涉及数以亿计的家庭,保护消费者的权益不受侵害,不容置疑。从这个意义上讲,即便格力和奥克斯在市场上是竞争对手,格力对奥克斯的实名举报也无可非议。

3

智慧屏推出彩电市 场迎变革

9月26日,华为智慧屏发布,与传统的电视机相比,华为智慧屏多了一个可升降的摄像头。据称,这颗可升降式微光摄像头不仅可以“看见”面前的影像,还融入了AI功能,让其拥有了“感知”能力,革新了传统电视的交互体验,带来更丰富的使用场景。

华为智慧屏的推出,着实令疲软的彩电行业为之一振,也倒逼彩电市场开始变革。截至目前,创维、TCL、海信、康佳、长虹等传统彩电厂商均陆续推出了各自的智慧屏类电视新品。从传统厂商推出的新品与解决方案不难看出,智慧屏向行业内释放了诸多积极信号。业内看法认为,智慧屏升级产品简化产品线,摆脱彩电机型庞杂同质局面,具有极强的产品独特性和差异化;另外,智慧屏还原彩电高价值属性,有利于摆脱低价低效竞争,也进一步推动了电视人工智能技术的普及。但同时,在彩电市场产品结构性调整的关键拐点期,并不是所有电视品牌都能够“吃”到这波红利,正确的战略和强大的产业链把控才有可能快速收割市场红利。

4

空调行业双11罕 见打响价格战

11月9日,格力对外宣布为打击低质伪劣产品,建立诚信、公平的市场环境,将在双11期间总让利30亿元。其中变频空调最低价格为1599元,定频空调最低价格为1399元。格力还宣布此次活动将在各大授权电商平台和线下3万多家格力专卖店同步展开,统一价格。

格力的降价引发了其它空调厂商的集体反击。除了相继下调空调价格外,美的率先在区域市场喊出拒绝老库存的口号。随后海尔空调和海信空调也指责“某品牌”的让利和价格战目的在于去库存。

不过,价格战确实刺激了空调销量。格力电器宣布双11期间其全品类全平台销售额超41亿元,同比增幅200%。其中格力空调第三方平台全天突破36.4亿元,同比增长178%。美的宣布双11期间其全网销售突破74.4亿元,其中空调销售出131.6万台。海尔空调则宣布其5分钟全网销售额破亿。奥克斯空调则宣布其从11月1日至11月11日期间网销售破25亿元,同比增长26%。

小鹅通获1亿元B轮融资 估值超10亿元

新快报讯 12月21日,国内知识付费、新教育SaaS服务商小鹅通宣布,完成由好未来战略领投1亿元B轮融资,本轮融后,小鹅通的估值已超过10亿元。据天眼查显示,小鹅通此前曾完成过3轮融资。分别是2016年5月,获得

由北京洛可可投资的种子轮融资;2017年3月,获得由头头是道投资基金和新榜投资的天使轮融资;2017年9月,获得由喜马拉雅投资的3000万元A轮融资。

同时,小鹅通还公布了最新的运

营数据。截至2019年12月21日,小鹅通已经服务了超过68万商家,累计为客户创造营收超过55亿元,生产超750万个知识商品,覆盖用户超4亿人。

小鹅通创始人兼CEO鲍春健表

示,未来小鹅通将快速拓展知识传播、教育及企业服务市场,布局下沉市场,同时小鹅通将继续加强研发投入,尤其是教育领域垂直细分场景及企业服务场景。

(陈学东)