



### 冰箱界 “四朵金花”沉浮记



容声:  
现归属海信,海信电器市值  
113亿元。



新飞:  
2018年6月,负债23亿的新飞  
电器4.55亿“卖身”康佳。  
1990年代,新飞冰箱利润甚  
至高过海尔冰箱。



美菱:  
2005年被长虹控股,长虹主  
攻黑电,美菱主攻白电。



青岛海尔:  
目前股价12.93元,市值  
822.62亿元。



本报记者 蔡宇丹

### 1985年 张瑞敏砸冰箱

1985年,就任青岛电冰箱总厂厂长不到一年的张瑞敏带人砸毁76台有缺陷冰箱,砸醒质量意识,同年引进德国生产线。张瑞敏砸冰箱成为中国企业史标志性事件,昭示民用制造业崛起。

上世纪80年代“三大件”:冰箱、彩电、洗衣机,其中就有冰箱。这时中国处于短缺经济时代,买家电要条子。

被砸的76台冰箱价值多大?1984年8月,国家规定的冰箱基准零售价:100升605元、110升635元、150升765元,当时一台冰箱容积不到200升。

而当时,在1985年,中国GDP总量9016亿元;人均GDP为858元,城镇居民人均可支配收入739元。作为对比,2015年,青岛市GDP总量9300亿元,城镇居民人均可支配收入40370元。

这意味着,1985年,城里人攒一年的钱,才能买一台冰箱;2015年,青岛居民攒一年的钱,能买13台冰箱(主流价位3000元)。

1985年,76台冰箱成本约4万元;2018年,一台高档冰箱4万元。



#### 上世纪80年代三大件

这是1980年代,中国普通家庭的“三大件”之一。图为最早期的名牌产品“雪花”冰箱。中国第一台冰箱1956年由北京雪花冰箱厂研制成功,引进的是荷兰飞利浦技术。2002年,雪花冰箱被海信收购。

## 一台冰箱的40年

### 1999年 中国家电走出去

1999年4月,海尔在美国的南卡州建厂。目前,海尔在全球建立了24个工业园、54个海外工厂,拥有12000多名工程师,海外生产海外销售比例提升到50%。

2001年11月11日,中国加入世贸组织,迈开全球化第一步,中国经济增速重回两位数,中国制造逐渐成为世界工厂。

2010年9月7日,海尔全球第1亿台冰箱在意大利工厂下线,为一款意式三门冰箱。

2014年,中国市场上还有博世、西门子、夏普、松下、三星、LG、伊莱克斯等众多外资品牌。但到了2016年,外资品牌逐渐从中国市场撤退,或者被中国企业收购,这是一次全球范围内的产业调整和升级。

美的收购东芝家电;海尔收购GEA,富士康收购夏普;2017年—2018年上半年,冰箱线上零售前10品牌,国外品牌除西门子外全军覆没,其余均为国内品牌。

2018年上半年,中国冰箱产能前四:安徽、广东、江苏、山东。中国冰箱制造端最大产能向中部地带安徽转移,品牌掌握在山东军团和广东军团手中。

中国冰箱最大产能所在地是合肥,同时合肥也是目前国内家电最大制造基地,美菱、荣事达、海尔、格力、长虹、美的、华菱等家电巨头在合肥落户。

目前,全球电冰箱产业链分工形成了三足鼎立之势:中国企业掌控制造,日韩掌控品牌与市场,欧美巨头掌控核心科技。



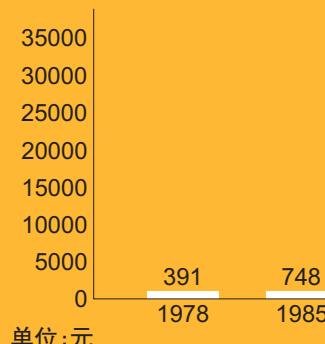
#### 冰箱成了“最贵周边产品”

动画片《海尔兄弟》1995年登陆央视,6年播出212集,投资3000万元,是当时国内最长动画片,长度和制作力度超过了同样由企业(卡西欧)投资筹拍的《铁臂阿童木》。

看《海尔兄弟》长大的80后、90后,当你买了一台海尔电冰箱,算不算“入手最贵周边产品”?

### 1 必需品消费升级 (1970—1980年代末)

服饰、食品  
更好的更健康的基础消费品



### 2 小康消费升级 (1980年代末—21世纪初)

三大件:冰箱、洗衣机、彩电  
高档耐用消费品

#### 我省城镇居民可支配收入40年来增长情况

数据来源:国家统计局数据 荷兰银行、万维家电网、中关村在线、海尔集团、工信部赛迪研究院《2018年上半年家电网购分析报告》

2015年

消费升级和制造升级

2015年,中国人均GDP突破8000美元,城镇居民可支配收入21966元,这意味着白领、中等收入群体消费成为国家主流。

而在两年后的2017年,二线城市改善型换房大面积需求呈现压倒性比例。房地产市场和家电市场存在很强相关性。这时冰箱也进入更新换代高峰期,中国市场冰箱更新换代量年约1500万台。

伴随着消费升级,工业4.0时代也同时到来,冰箱制造端革命到来,由大规模流水线制造时代,进入大规模个性化定制时代。

2015年,全球家电行业首个互联工厂在海尔沈阳冰箱互联工厂诞生。一台冰箱500余个零件,被整合成23个模块,订单交付周期由15天缩短到7天;个性化定制产品种类由20多种增加到500多种。

同时,冰箱也越来越聪明,物联网冰箱走进了越来越多消费者家中。比如美的与英特尔、阿里合作推出智能冰箱,应用英特尔智能体感技术,对人体进行立体扫描,抓取体重、体脂等数据;同时通过图像识别、深度学习等AI技术,认食材,洞察你的饮食偏好,给你制订健康食谱。这样的冰箱还是一个网上商城,你可以和它对话,让它帮你下单买肉。

2018年上半年,冰箱零售量1600万台;线上三开门和多开门冰箱销量占比最大,为52%。主流价格:2000元—4000元。冰箱线上均价增长近20%,最贵冰箱已到39999元,预计三年内6000元以上价位冰箱将成主流。

281升以上的大容积冰箱线上零售量占比31.57%,但对线上零售额贡献率达到52.52%。



#### 三文鱼引发的创新战

欧盟、美国、中国占全球超过70%的养殖三文鱼消费量。全球增长最快的三文鱼市场在中国,三文鱼在中国市场规模10万吨,年消费增速25%,为全球最快。

为了满足中等收入群体的胃,各大冰箱品牌掀起“三文鱼保鲜挑战赛”,主打冰箱广告都在强调“三文鱼保鲜”技术。从这款价格19999元的品牌冰箱的广告上,可以看出消费升级下中等收入阶层的“口味”。

3

品质消费升级  
(2015年前后)

汽车、住房、娱乐、  
旅游、教育、医疗、  
汽车、住房等重工业化  
消费,娱乐、旅游等品  
质消费

