

家用电器行业实施“三品”战略蓝皮书

(2017 精华版)



中国家用电器协会

目录

前言.....	1
中国家电行业品种现状	2
产品创新能力.....	2
家电产品品种变化	3
中国家电产品品质现状	5
企业质量管理水平	5
家电产品品质变化	6
中国家用电器品牌现状	8
品牌竞争力显著增强	8
中国已成为全球家电产业创新发展的重要力量.....	10

前言

家用电器工业是我国国民经济中重要的支柱性消费品产业，在过去的 40 年中，家电业对扩大内需、促进就业、保障民生、出口创汇等方面获得了巨大成功，是我国具有较强国际竞争力的产业之一。家电行业提出了“十三五”末向全球家电强国跨跃的目标。过去五年，在中央供给侧结构改革精神的指导下，中国家电业开始了“由大向强”的转型。我国家电工业抓住消费升级的契机，向创新要动力，向结构调整要助力，向消费升级要潜力，转型升级成效显著。中国家电企业积

极进行转型升级，坚持自主创新，改变增长方式，取得了积极成果。中国家电产品质量全面提升，中高端产品的比例增加，产业集中度不断提高，产业结构得到有效调整，还通过大众创新、个性化订制等创造了新的消费需求。尤其是最近两年，家电行业通过努力进行供给侧改革，实施增品种、提品质、创品牌“三品”战略，在品种、品质和品牌方面进步显著。

因此，工业和信息化部消费品司指导中国家用电器协会组织相关研究力量，在前一阶段已经完成对重点家电企业案例分析的基础上，进一步研究行业内的普遍情况和总结优秀企业

经验，编写《家用电器行业实施增品种、提品质、创品牌“三品”战略蓝皮书》（2017）。《家用电器行业实施“三品”战略蓝皮书》从推动家用电器产业升级发展的角度出发，系统剖析了中国家用电器行业“三品”现状、特点和问题，通过大量详实的调研、数据分析，并结合优秀企业典型案例，体现家电企业实施“三品”战略的变化和成效。

本文为《家用电器行业实施增品种、提品质、创品牌“三品”战略蓝皮书》（2017）全报告的精华版本，重点介绍品种、品质、品牌变化三章的主要观点。

中国家电行业品种现状

产品创新能力

增品种，是增加满足消费需求的产品品种，真正考验的是企业的产品创新能力及对用户需求的洞察和挖掘能力。

过去五年，中国家电行业高度重视产业转型升级和科技创新工作，技术创新能力显著提高。在智能制造、创新技术和家电智能化的某些领域，中国甚至已经走在了前面。对优秀家电企业来说，产品创新不仅是开发一两款新产品，而是与企业发展战略直接相关，创新投入已作为企业战略投入的重要组成部分。中国家电企业与世界一流家电企业的研发实力差距已经在逐步缩小，部分优秀企业开始赶

超全球先进水平。不止大企业，民营、中小家电企业在创新投入、创新效率上也有突出表现，研发投入快速提升，给行业发展增添了新的动力。

主要家电企业开始导入精益设计、TRIZ 等先进创新理念和工具，采用信息化手段引入集成式研发管理模式，将用户体验设计融入研发体系，与供应链协作共赢，找到契合用户需求的产品创新方向，工业设计能力显著提高，不仅大大提高研发效率，而且不断改善用户体验。

最近五年，随着制冷压缩机、电机、磁控管、热交换器、保护器等多领域攻关项目完成，家电核心技术取得全方位突破，进一步巩固了中国家电产业链在全球

市场的竞争优势，成为家电产业链全面升级不可或缺的支撑力量。龙头企业开始构建全球研发体系，在海外设立研发中心，并通过互联网，采用开放式创新方式，聚集全球优秀人才。家电企业不断加大研发投入，越来越重视技术人才的引进、培养及创新成果的激励。海尔、美的等企业纷纷建立开放式创新平台，吸引全球创新人才与企业合作，同时为员工制定培养计划和上升通道，通过灵活的激励机制鼓励员工创新、创业。

海尔基于互联网的开放式创新体系、美的集团产品创新 CDOC 方法论、方太水槽洗碗机和三花欧米伽集成加热泵，是体现家电企业在增品种方面的努力与成果的优秀企业案例。

家电产品品种变化

随着企业产品创新能力不断提高，家电市场上新品迭出，产品结构升级显著，满足消费升级需求的中高端产品及新兴产品成为市场增长新动力。

变频技术应用越来越广泛。根据中怡康市场监测数据，2017年，变频产品零售量比重，空调达67.93%，洗衣机达56.14%，冰箱为44.28%。不仅大家电变频产品呈现普及态势，厨房电器和小家电领域的变频新品也越来越多。微波炉、洗碗

机、吸油烟机、电风扇等领域，变频正成为产品升级的着力点。

消费升级及家电产业结构调整双重动力，促使近年来家电产品整体出现大容量、高端化发展趋势。多门、对开门冰箱以及滚筒洗衣机、8kg以上洗衣机作为冰洗市场的主力替换产品，零售额占比均过半，17m³/min及以上大吸力吸油烟机零售量比重接近50%，嵌入式厨房电器成为家电细分品类中的增长新引擎。家电产品结构升级使近年来大多数家电品类的高端

产品份额显著增长。

伴随消费升级，人们对家电的需求呈现个性化、细分化特征。家电企业进一步针对中国消费者需求进行有针对性的优化设计，让原本以出口为主的西式小家电成长为新的蓝海。电烤箱、洗碗机、嵌入式一体机、破壁料理机、手持式吸尘器等多类西式小家电呈现快速增长或爆发增长态势。此外，企业针对各类细分需求开发了丰富的家电新品受到市场欢迎，如针对健康需求的具备“自动清洁”或抑菌功能的空调、洗衣机、热水器以及分类洗洗衣机等，针对母婴需求的母婴空调、洗护、冰箱、冷柜、净水器、空气净化器及各类母婴专用小家电等，都得到积极的市场反馈。

智能家电市场正在探索中升级发展。单纯搭载wifi功能的家电市场上屡见不鲜，但早已不能满足市场需要。智能家电开始从单品

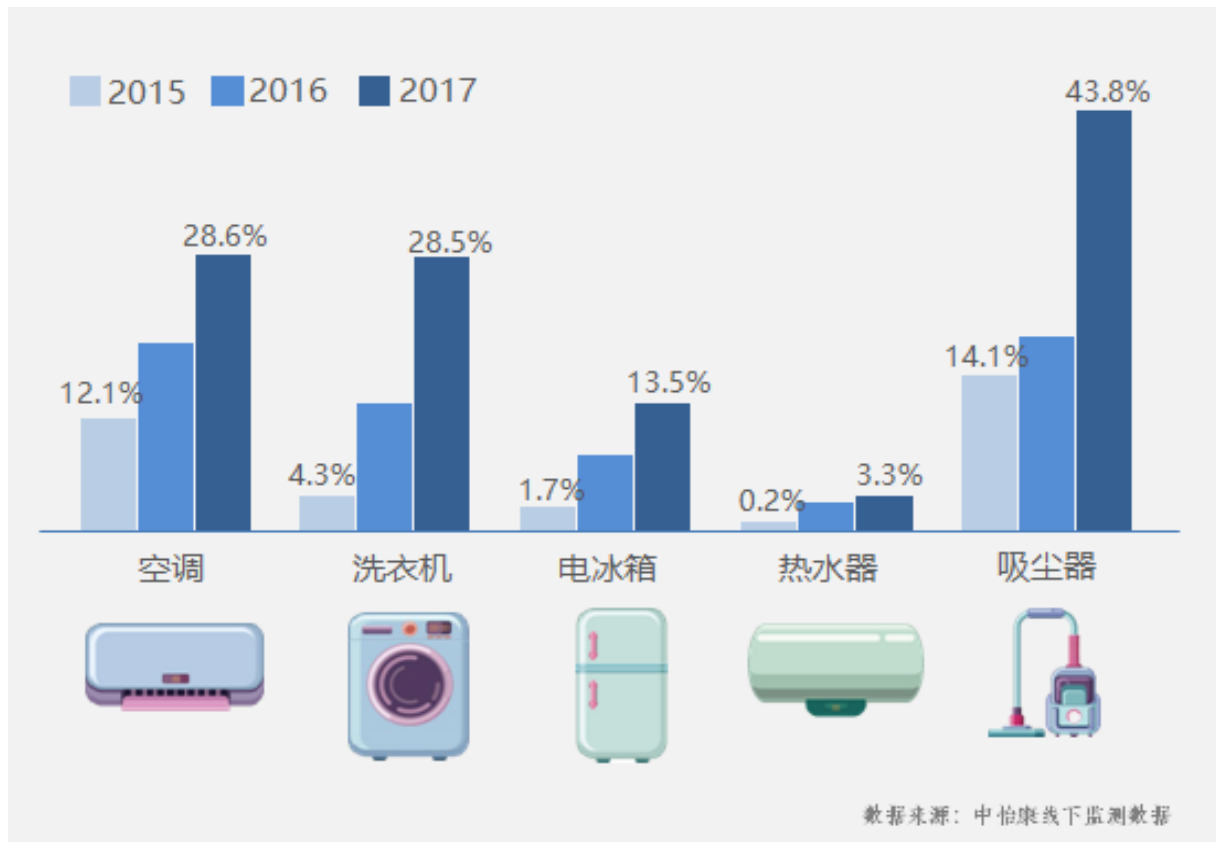


智能向多设备互联互通以及全场景模式升级，品种日益丰富。家电企业正努力从人们的智慧生活场景出发，开发出各类可以提供主动服务的智能新品。智能体感送风空调，不仅可体感、语音控制，还可智能感知室内

用户的状态、位置，从温度、湿度、净度、安静度四个维度提供全方面智能空气解决方案；主流冰箱企业将冰箱作为智慧美食生态圈的“流量入口”产品在布局，

也吸引了阿里等互联网企业进入；洗衣机可自动感知衣物重量、污渍程度、分辨水质进而实现智能投放洗涤剂、智能选择程序，还可远程智能识别、定位、监控和管理。

图 1 2015-2017 年主要家电品类智能产品零售量渗透率



中国家电产品品质现状

企业质量管理水平

提品质，并非狭隘的产品质量控制，它涉及企业质量管理体系、研发体系、标准体系、生产自动化及信息化以及产品全生命周期质量控制。

尽管家电行业整体质量管理水平并不均衡，但通过实施“三品”战略，随着行业转型升级，企业质量管理水平普遍提高。多数家电企业的质量管理体系，早已不满足于 ISO9001 质量管理体系认证，有的企业还导入汽车行业 ISO/TS16949 质量体系。随着家电行业转型升级和企业不断发展，6S、全面质量管理（TQM）、卓越绩效模式、六西格玛、精益制造、可靠性工程等等各种

管理手段的组合应用在企业中越来越普遍，优秀家电企业的质量管理水平和手段正在向世界先进水平看齐。许多企业还建立了符合自身特点的质量管理模式。

家电企业的质量管理水平的不断提高，质量管理早已从最初的产品检验到后来的质量预防，还有部分大企业进入到产品全生命周期的质量预防阶段，开始强化研发质量管理，注重产品的设计质量。海尔、美的、海信、美菱、长虹、方太等优秀企业从产品策划、开发设计阶段就开始了产品质量控制和管理，建立了集成式产品开发流程，规范了从用户描绘、产品策划、设计开发、输出、评审、验证、确定、发布、生命周期全过

程。家电企业的质量控制，不仅重视产品的性能指标，而且从设计初期，就重视产品的好用性、可靠性、可制造性，优秀企业导入可靠性工程，借助 QFD（质量功能展开）、DFMEA（设计故障模式分析）等质量工具，学习先进创新方法，不断提高产品设计质量和可靠性。优秀家电企业对优质产品的定义和质量的追求正在发生变化，已由追求合规、满足标准，到追求用户满意；优质产品也早已不是不出质量问题的产品而是满足用户需求、给用户提供优质体验的产品。近年来，随着生产自动化和信息化水平提高，一些企业采用信息化手段进行质量管理，方便质量问题追溯，大大提高管理效率。

家电企业普遍深知，建立供应商质量管理体系是确保外购部件和材料质量的关键。优秀企业现在已经在建立开放、合作、协同模式的新型企业间质量关系，以整体的、系统的、集成的观点来看待并组织产品全

生命周期与全过程的管理，从而整体提升供应链及其相关企业的质量水平。

海尔、美的、格力、海信、老板、九阳等企业陆续建成智能工厂，不仅自动化水平提高，还构建了数字化体系，实现制造大数据质量

追溯，保证最佳产品品质。更多家电企业加大装备和技改投入，努力在关键工序或部分产品线提高生产自动化水平，提高生产效率，减少人为质量问题的发生，不断提升产品质量。

家电产品品质变化

研究表明，通过实施“三品”战略，中国家电产品品质呈现可喜的变化，整体上用户满意度和产品质量水平明显提升。

经过 40 多年的发展，我国已经建成了基本完善的家电标准体系。我国主要家电产品标准已经与国际接轨。尤其是已经普及的传统家电品类，如冰箱、空调、洗衣机等，安全标准、性能标准早已等同采用最新版 IEC 标准，主要品类能效标准指标甚至优于国际标准，达到国际先进水平。

为让家电产品更好地

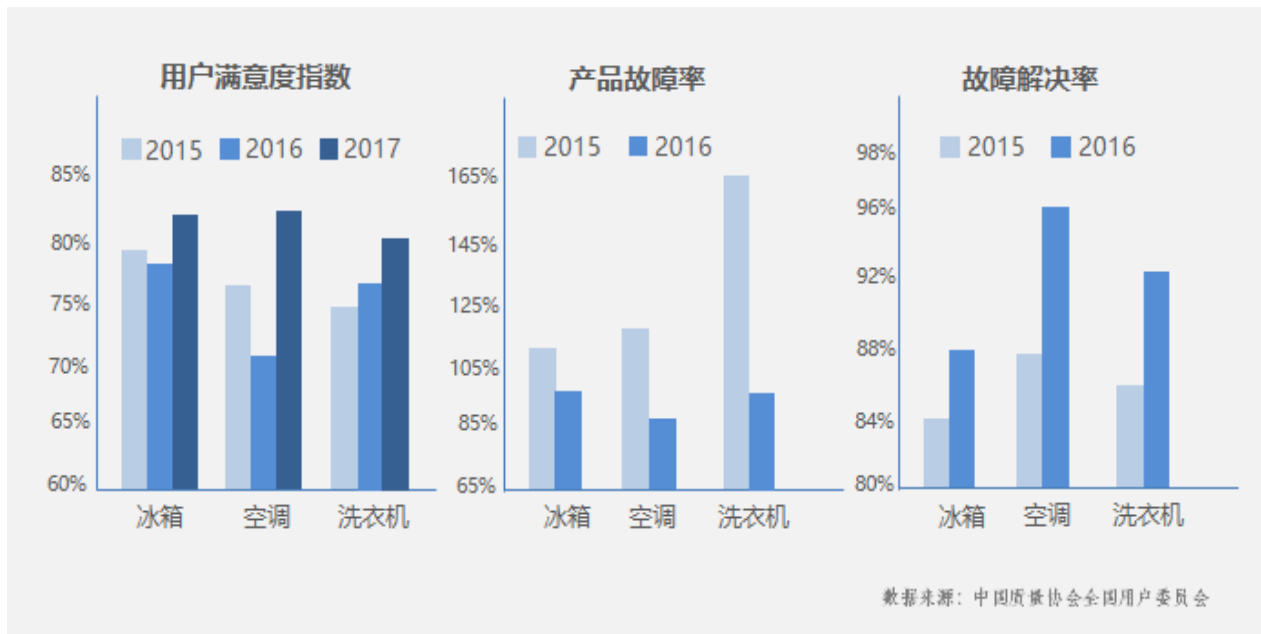
满足消费升级需要，不断提高产品品质，弥补现有标准的不足，中国家用电器协会积极开展家电团体标准制定工作。如发布 T/CHEAA001-2017《智能家电云云互联互通标准》，以云云互联互通的轻量级方案，解决了跨品牌智能家电互联互通的难题。

为不断提升质量，满足消费升级需求，越来越多的家电企业在国家标准、行业标准合规性评价的基础上，逐渐向以满足用户体验为核心的质量体系转变。不少家电企业提出更长的“三包”期和“保修期”，一些优秀家电企业将国际一流企业

的产品品质作为标杆，在关键性指标上制定更为严格的企业标准，或增加新的品质指标。

家电企业通过提升质量管理水平，升级产品质量，不断改善服务，顾客满意度持续提升。根据中国质量协会全国用户委员会的家电行业用户满意度测评结果，2016 年冰箱、空调、洗衣机的用户满意度均高于 80 分，较 2010 年均大幅提升，2016 年产品故障率均下降至 10% 以下，比 2015 年分别下降了 1.5、3.4 和 6.6 个百分点；产品故障解决率均有所提升，除冰箱外，空调和洗衣机都升至 90% 以上。

图 2 2010-2016 年部分家电产品用户满意度、产品故障率、产品故障解决率

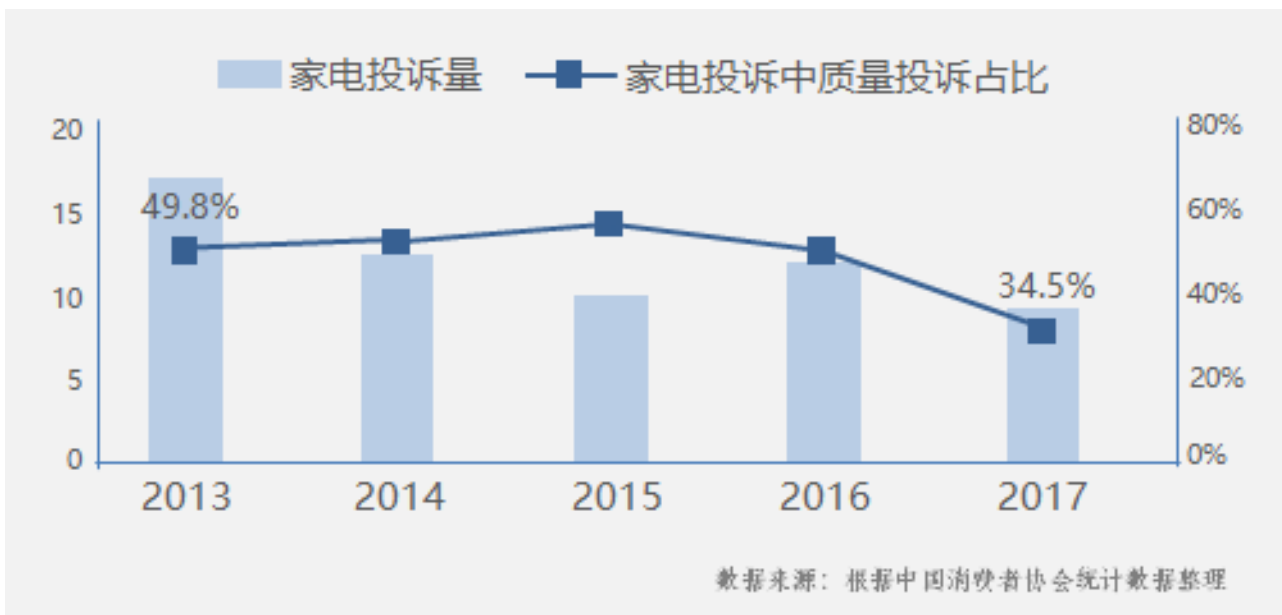


用户投诉情况变化也明显反映出家电行业转型升级及实施“三品”战略的成效。中国消费者协会受理的全国用户投诉统计显示，近年来家电及电子产品投诉量及所占比重均呈现明

显下降态势，2017 年降幅尤为明显。其中，关于产品质量及安全的投诉量下降更为明显。
 海尔 360°用户交互体验模式质量管理模式、莱克电气 QCG 过程质量控制模

式及九阳基于整机安全的产品可靠性全面质量管理方法，是家电企业提品质的优秀案例，体现了优秀家电企业追求质量提升的努力。

图 3 2013~2017 年中国消费者协会受理家电及电子产品投诉数量变化



中国家用电器品牌现状

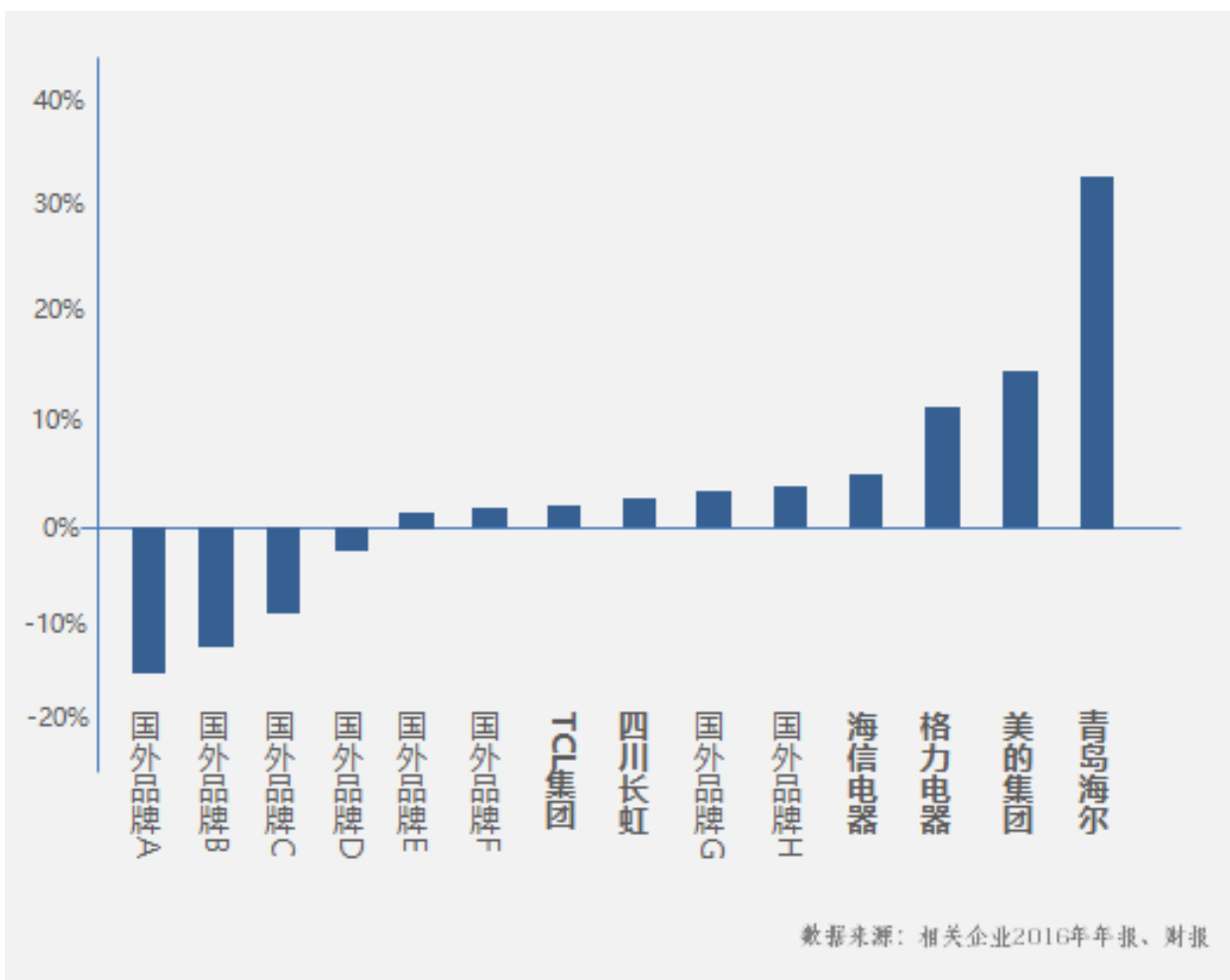
品牌竞争力显著增强

经过 40 年的发展，中国家电行业在品牌建设方面取得长足进步。尤其是最

近三年来，经过行业转型升级，不断进行供给侧改革和实施“三品”战略，国内品牌实力明显得到提升。国内品牌不仅在国内市场份额

不断提高，在高端产品领域与外资品牌的差距明显缩小，而且开始拥有了品牌自信，布局全球市场，为在更大的市场竞争做好准备。

图 4 2016 年全球主要家电品牌营业额增长率比较



随着家电行业转型升级进程加快，家电行业品牌集中度进一步提升，呈现强者恒强态势。2017年海尔集团、美的集团、格力电器主营业务收入增幅大大高于行业平均水平，合计份额预计将突破40%。主要家电产品生产，无论生产能力还是产量，也正在向主流品牌集中。多方市场数据表示，从国内市场销售也体现出这种品牌集中度越来越高的趋势。

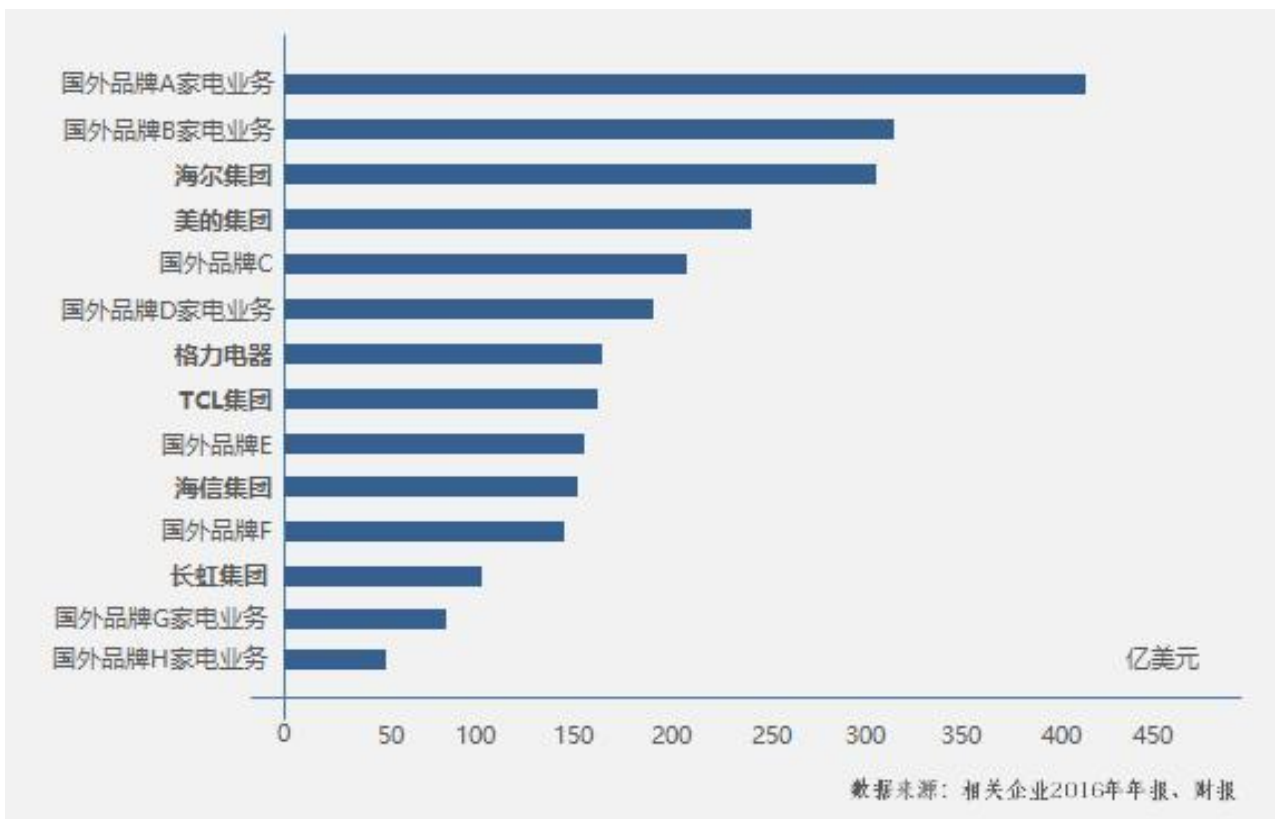
不仅在国内市场中国家电品牌在多数细分品类

市场保持优势，而且在全球市场，中国家电品牌的地位正在发生变化。通过不断转型升级，提高自主创新能力，实施“三品”战略，中国家电品牌正以内生能力建设和外延并购拓展的方式，进一步增强了全球竞争实力和行业地位，产业规模、创新水平、产品质量迅速提升，已经从追赶到并驾齐驱发展阶段，中国正在向全球家电大国迈进。

近几年，国际家电产业格局正在进行深度调整。中国家电企业转型升级收到

积极成效，增品种、提品质、创品牌，扩大国内市场销售、产销业绩节节升高。中国家电品牌的营业收入，尤其是利润增长率和毛利率增长大大好于国际同行老牌家电企业。与此同时，我国家电企业抓住国际产业调整的机遇，掀起一轮海外并购热潮。优秀中国家电企业正成为产业国际化的开拓者，不仅出口产品、海外建厂，还开始在全球市场进行品牌和技术布局。

图 5 2016 年全球主要家电品牌家电业务营业额



此消彼长后,2016年以来,全球家电产业格局已经发生了根本性的变化。从家电业务规模来看,海尔、美的等中国综合家电品牌,已经或正在进入全球性家电品牌“第一阵营”。中国家电品牌已经具备与国外一流品牌在全球家电市场竞争的实力。尤其在全球大家

电市场,海尔、美的零售量份额已居前列。根据国际市场调查机构欧睿国际(Euromonitor)全球大型家电市场数据,海尔连续9年居全球第一位,2017年零售量占有率达10.5%。近几年来,通过自身持续良好的经营业绩,大手笔的全球并购,同时强化自主品牌建设,

中国家电品牌在全球家电市场上开始拥有更大的话语权。海尔将老牌家电品牌GE、斐雪派克收入囊中,美的把东芝家电、Eureka吸尘器归于旗下同时又与AEG、酷晨进行品牌合作,海信收购东芝电视,将有助于中国家电品牌进入国外家电主流市场和渠道。

中国已成为全球家电产业创新发展的重要力量

过去五年,中国家电行业高度重视产业转型升级和科技创新工作,技术创新能力显著提高。中国家电企业重塑创新体系,激发创新活力,培育新兴业态,不仅满足的人们日益提高的消费需求,也为家电行业转型升级注入了新的能量。中国家电行业正从跟随、学习模仿为主,转向并跑、领跑并存的新阶段,正处于从量的积累向质的飞跃,从点的突破向创新能力全面提升转变的重要时期。创新,正在改变中国形象。中国

家电企业正在以一种全新的方式走向全球,成为全球家电领域创新的重要力量。据科睿唯安(原汤森路透)《2017全球创新报告》,2016年家电领域全球创新机构前十企业中,5家中国企业的专利数量合计比上年增长19.02%,大大高于日本(-37.57%)、韩国(-8.13%)和德国(9.04%)。这说明,全球家电领域的创新活动中心在中国,近年来中国家电企业加大创新投入,家电专利总量快速增长。2016年,在家电领域,中国专利数量居全球第一;家电领域全球前十位创新机构中,中

国企业占有5席,包括美的、格力、海尔、九阳和海信,其中,美的、格力、海尔居前三名;家电领域全球专利数量前十名中,中国企业合计专利数量连续两年居首位,2016年在前十名企业发明专利总数中的份额达73.13%。在2012年至2016年厨房电器子领域发明专利亚洲前十位创新机构中,中国有5个企业上榜,其中,美的集团以10526件发明专利居首位,比第二名国际某企业发明专利数量多7859件,海尔集团居第三位,九阳、格力分列第五、第七位。

图 6 2015~2016 年全球家电 TOP10 创新企业发明专利数量及国别分布变化

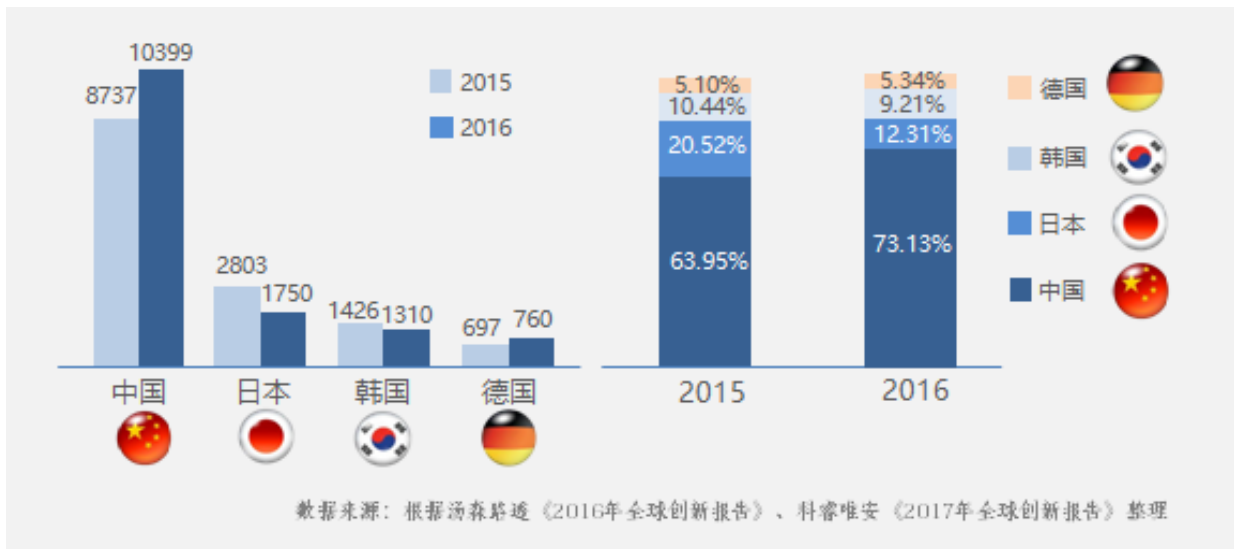
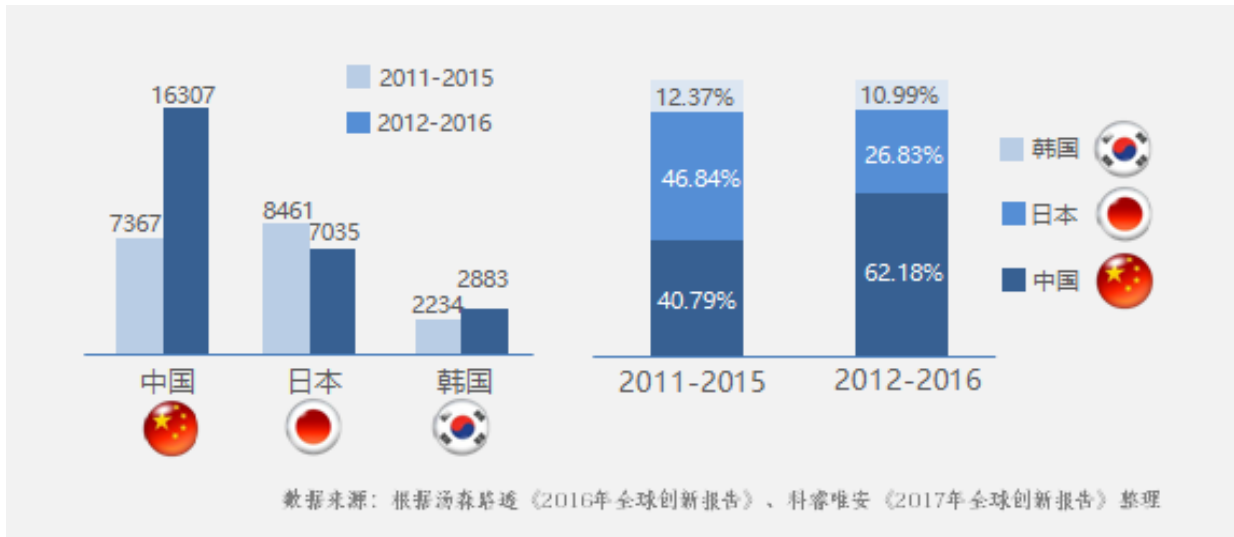


图 7 最近五年厨房电器子领域亚洲 TOP10 创新企业发明专利数量及国别分布变化



中国家电品牌已经具备一定的竞争实力，呈现出群体性崛起的势头。特别是海尔、美的、海信等家电品牌巨头，依托庞大的本国市场，在全球范围内进行资源整合和市场拓展，在全球市场的活力、实力和地位越来越突出。当前，家电行业发展的国内外环境已经发生

根本性变化。中国家电在全球家电行业中的地位进一步提升，中国已经成为在全球具有重要影响力的家电大国。全球家电产业调整和老牌外资家电品牌的退出，给中国家电行业全球拓展带来良好的发展机遇，随着中国家电消费不断升级，中国家电品牌不断提升自身

实力，中国将成为全球家电的领导者。

海尔“三位一体化”全球化战略、小天鹅“T+3”运营模式、方太——打造中国人自己的高端品牌及格兰仕建立粉丝社群，让5亿“西红柿”为品牌代言4个优秀企业案例，反映中国家电品牌建设的创新成果。



中国家用电器协会
www.cheaa.org