

当涨价无法反抗,家电业只能闭眼“享受”?

去年春节前夕,王先生以1499元的价格为自己家里添置了一台50寸液晶电视。今年春节期间,他想给父母家中也添置一台液晶电视时却发现,同款商品的售价已经涨到1999元,而且显示绝大多数地区都没有货。同品牌相同尺寸的其他型号价格,目前也均在2000元以上。

最后王先生还是以2100元价格购买了一台50寸液晶电视,但这样的价格波动还是让他感到了些许无奈。

中高端电视产品涨价,在最近这段时间并非什么新鲜事,而且大多数家电产品也在上涨。

临近春节,各大线下商超、电商平台都开始了自己的春节促销活动,但今年促销活动中本应受到更多关注的家电产品却没有过去那么显眼,因为它们实在没有太多优惠空间了。

高端化、高客单价、高利润一直是国内家电企业在追求的梦想,如今高端化可能仍需努力,而高客单价正在变为“现实”,只是这个情况是被迫而不是自发。

黑电白电“涨”声一片

王先生遇到的情况不仅出现在国内彩电市场。

当地时间1月5日,印度的小米公司再次上调了部分智能电视的价格,此次上调共涉及7款电视,上调的价格在1000印度卢比(约合人民币90元)到3000印度卢比(约合人民币260元)之间。

就在去年12月,小米已经上调了4款智能电视的价格的售价,时隔一个月后再次对包括这4款智能电视在内的7款产品价格进行上调,或许实属无奈。

智能电视的涨价只是整个家电行业涨价的一个缩影,从去年底开始,包括电视、冰箱、空调等一系列家电产品的价格就已经开始出现不同程度的上涨。奥克斯发布的公告显示,从2021年1月1日起,网批产品在2020年12月开单价的基础上,挂机每套上调100元~200元不等,柜机上调200~300元不等。

TCL家电近期也发布公告称,从1月15日起对冰箱、洗衣机、冷柜产品等白电产品进行价格调整,预计价格上调在100到300元不等,幅度为5%~15%。

整体家电市场基本上处在一片涨声之中,谁都无法幸免。

根据奥维云网的数据显示,2020年12月,在线上市场中,彩电

均价2569元,同比涨幅达27%;洗衣机均价同比提升10.2个百分点;空调行业均价2947元,同比上升19.3%。在线下市场中,彩电均价4717元,同比增长21.5%;洗衣机行业均价受滚筒结构性增长拉动,同比增长8.2个百分点;空调行业均价3837元,同比上升9%。

这股涨价潮背后的推手是谁?可以看到,每一家企业公布售价上涨的通知中,关键因素都指向了原材料的价格上涨。

根据研究机构Omdia的数据显示,电视领域最重要的部件显示面板从2020年6月开始就出现供货短缺以及价格上涨。截至2020年四季度,液晶电视面板的平均售价(ASP)尤其是50英寸以下的液晶电视面板,在连续5个月上涨后,上升到2017年四季度的最高水平。而来自招商证券研报的数据显示,截至1月21日,32寸液晶电视面板价格为68美元/片,月环比上涨4.62%;43寸液晶电视面板价格为117美元/片,月环比上涨2.63%;55寸液晶电视面板价格为182美元/片,月环比上涨2.82%。

除此以外,冰箱、洗衣机等传统白电同样没能摆脱原材料上涨的困境。作为白电生产制造过程中最重要的原材料,铜、铝、塑料等大宗原材料的价格近一年来都呈现了不断上涨的趋势。

以电解铜为例,根据国家统计局官网的数据显示,2020年3月下旬价格为38474.1元/吨,而这一数字到了12月下旬就已经暴涨为58290元/吨。这就好像去年初,熔喷布等原材料价格暴涨导致口罩价格很长时间内保持在极高水平一样。

电解铜只是诸多涨价原材料中的一种,根据信达证券的报告显示,近期大宗原材料价格均出现大幅度上涨:铝价同比上涨7.82%,冷轧板均价同比上涨39.97%;塑料价格虽然有所回落,最新中塑指数同比下降0.43%,但未来预计会保持进一步的上涨。

对此,相关家电产业观察人士对懂懂笔记表示:“国内家电产业过去几年一直都处在极不健康的状态中,各企业的利润率都很低。另外,过去一年受到疫情影响,家电企业销售层面本就受到了相当程度的冲击,现在遇到这种大规模原材料价格上涨,对于原本就没有太多利润空间的国产家电企业而言,只能选择调整终端售

价。”

的确如此,连董明珠都开始为了销量频频出现在各大直播平台镜头前卖力吆喝时,可想而知家电企业过去一年来的生存压力。通过格力、海尔、美的等头部家电企业的财报可以发现,只有美的表现尚可,格力、海尔、海信、创维、TCL等企业近一年来营收和净利润均有不同程度的下滑。

那么,这一轮无可奈何的被动涨价,又会对国内家电企业带来哪些变化?

不得不涨 徒呼奈何?

就像汽车行业普遍遭遇的芯片短缺一样,在疫情常态化的当下,原料开采、运输、加工等过程都存在一定限制,家电原材料价格在短时间内恢复到疫情之前的正常状态显然不太可能了。

面对未来相当一段时间内原材料价格都将处在高位的状况,家电企业除了涨价或许应该考虑一下自己还能做些什么。

说实话,涨价是过去国内家电行业一直渴望的事,但绝非如今这种因为原材料价格上涨而被迫去涨价。主流家电企业都希望通过品牌高端化的打造,推出更多高端化的产品和增值服务,获得大众市场的认可。毕竟,只有高端、高价的产品才有更高利润。

但高端化对于那些多以性价比为本的国内家电企业而言,似乎是一个非常难以逾越的鸿沟,就像国内厂商在智能手机领域一样。尽管如今国内智能手机企业占据了全球智能手机市场的多数份额,但在品牌高端化的打造上,这么多年下来就只有华为一家取得了成功。包括小米、OPPO、vivo在内的一众厂商一直都在追求高端,但直到仍在努力中。

家电领域同样如此,过去多年来国内头部家电企业无数次尝试冲击高端,采取的动作包括但不限于推出全新高端子品牌、高端型号、收购国外品牌等等,但这么多年下来唯一能算是在高端市场立住脚的,恐怕也就只有海尔的卡萨帝系列,其他均没有太多斩获。

这也使得国内家电行业陷入了一个非常不健康的状态泥潭。

对此,相关家电行业观察人士强调:“这种长期靠价格战开路的状态,其实是一种不断透支企业的做法。因为核心技术限制等多方面因素,导致一直以来企业即便知道价格战不健康、不利于发展,却



始终也走不出来。毕竟过去在各家企业产品相差不大的前提下,价格始终是最好的竞争力。”

以智能电视为例,国内大品牌中除了TCL拥有自己的面板工厂(华星光电)之外,包括海信、创维等依然是处在微笑曲线底部的那个“组装企业”。在难以像索尼那样在软、硬件层面获得革命性的技术领先前提下,国内大多数电视企业想要真正上探高端是一件非常困难的事。

这种情况下,价格战就成了最有效的竞争手段。所以过去我们一直看到国内电视产品的价格几乎跌到了白菜价,甚至还曾一度出现过以乐视为代表的硬件零利润打法。

虽然所谓硬件零利润的玩法已经被证实失败,但互联网电视的退潮并没有让家电行业摆脱价格战,直到今天国内电视企业的利润依然非常微薄。以海信为例,2019年海信实现营业收入1268.6亿元,而利润却仅仅有79.3亿元。

高营收、低利润这种国内家电行业的常态,也导致多数上市家电企业的市盈率长期处在非常低的位置,不被资本市场看好。

所以从某种角度来看,这次被迫全面涨价对于过去身处价格战中的家电行业或许是“危”、“机”并存。对此,相关家电行业观察人士对懂懂笔记表示:“原材料价格上涨是全行业面临的共同问题,这时候考验的就是各个企业内部经营和管理的能力了,能够控制成本、提高效率就能在这个特殊时期获得更好的市场竞争力。”

另外,这种大规模、不可逆的全行业价格上涨,对于培养用户习惯、打造高端市场也可能是一次特

殊意义的“机会”。

虽然目前行业平均价格上涨的幅度并不明显,不会影响那些刚需用户的购买,但从目前全球疫情发展的情况来看,短时间无法恢复疫情之前的成本条件。这也就意味着,这种普涨的幅度未来相当一段时间内会长期保持。

而在整个市场价格普遍上涨的前提下,企业通过加强内部管理以及经营策略上的调整,可以在保证自己市场占有率的同时,推出更多有竞争力的高端产品。特别是在当下5G+IoT概念快速发展的时代,智能化是每一个家电企业都必须考虑的事情。

来自前瞻产业研究院的一份调研数据显示,2016~2018年国内智能家居市场规模逐年增长,2018年智能家居市场的规模突破了1000亿元,2019年市场规模也突破1500亿元,预计2020年将达到1820亿元。

这个增量市场对于传统家电企业而言是一个蓝海,但是如果不能抓住时机,很可能就会因小米、华为甚至BAT等互联网巨头的渗透而变成红海。对于传统家电企业而言,未来竞争格局不再是传统的硬件之争和产品功能表层比拼,而是进化为技术能力与智能生态体系的深层较量。

任何产品的核心始终都是体验为王,想要跳出价格战的泥潭就需要拿出差异化的产品,不能让价格成为自身产品的主要竞争力。如今整个家电行业普遍看“涨”的大环境下,面对整体变高的门槛,或许聪明的企业更应该在研发领域投入更多精力,拿出那些拥有足够差异化和优秀用户体验的真-高端产品。



川陕名吃

地道陕西名吃,聘请原陕西文八沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺;同时聘有精通川菜,粤菜和各类家常菜的驻店厨师;新的经营理念,为您提供一流的服务。店内设**钓鱼台豪华包厢**(最多容纳60人)及**大型宴会厅**(可容纳300人以上),酒水齐全,卡拉OK助兴。环境优雅,空间宽敞,自拥上百停车位,可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊,交通便利,诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: **柳奇** 敬呈

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理,有意者请电洽。

钓鱼台豪华包厢



地址 (DC店和Rockville店)
2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002
316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间
周日至周四: 11am-10pm
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)
(202)534-1620 (DC)
(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下,从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行,均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食,纵情欢歌。