

“中国家电之都”如何穿越产业周期

3000余家家电生产及配套企业鳞次栉比，80%的配件能在50公里半径范围内迅速找齐……地处珠三角腹地的佛山市顺德区，被誉为“中国家电之都”，拥有全世界配套最完善的家电产业链条。

2022年，顺德家电产业产值近3700亿元，同比增长5.9%，成为稳经济的重要支撑。与此同时，这一传统产业正加快转型，或“壮士断腕”，或“另辟赛道”，或“改良土壤”。转型路径的背后，是政企联动的智慧与胆略。

通过“自我革命”穿越产业周期

小家电业务关停并转了900多个细分产品，总体亏损2000多万元——2022年，美的再一次选择“自我革命”，对小家电业务动了一场“大手术”。

与此同时，作为全球最大的家电制造商之一，美的发力机器人与自动化、楼宇科技、新能源汽车零部件、先进储能等战略性新兴产业。2022年，家电之外的产业收入接近900亿元，且呈现快速增长态势。

“小批量的产品可能不太适应美的这种大体量企业的发展。”美的集团董事长方洪波认为，每个产业都有周期，我国的家电产业已进入成熟期，未来增长空间有限。

美的从风扇起家，经过多年发展，产品线扩大到几乎所有家电门类，并掌握了家电领域的核心技术。2022年将4.2亿台家电卖到全世界每一个角落，实现营收3439亿元，同比增长0.78%。

“作为制造业企业，进一步发展和成长需要坚定地推动产业升级，攀爬产业阶梯。”方洪波说，家电是电气化时代的产品，是第二次工业革命的产物，而现在已经到了第四次工业革命。

十几年前，美的同样有过一次大刀阔斧的“自我革命”。

2011年，美的集团实现营业收入1341亿元，自有资金却为负51亿元。看似发展势头好，盈利能力却较低，“门口车水马龙却不挣钱”。美的深刻意识到盛极而衰的风险，遂于当年启动内部战略变革。关停低毛利、亏损的产品，产品类型减少一半。

经过四年发展，到了2015年，美的集团产品型号从2.2万个精简至2000个，企业负债率从67.4%下降为56.5%，自有资金从负51亿元上升为649亿元。

美的两次“自我革命”，折射出其发展战略上的“进退哲学”：一次使美的逐步成长为国际家电领域的巨头；一次让美的从家电制造企业逐渐转向现代科技型企业。“企业的生命力在于穿越产业周期。”方洪波说，顺应产业大势、变革创新是唯一的选择。

佛山市委书记郑轲说，制造业是佛山经济的基本盘，放弃就是“自废武功”，唯一出路就是转型发展。而转型发展的路径很多，其中有三种模式经实践证明是成功的：一是数字化改造；二是向外并购；三是推陈出新。目前，佛山市设立40亿元的产业并购基金，支持引导骨干企业主动向外并购，实现换道发展。

2022年，美的实现对库卡集团的全资控股。同年，库卡在国内的首个生产重载机器人的全自动化产线正式投入使用，产品迅速占领世界市场。美的正以重载工业机器人为突破口，加速突破“卡脖子”技术。目前，全世界60%的重载机器人都是在顺德的工厂生产。

拥抱变革，主动创新，佛山制造业正呈现新气象。不少传统产业通过技术创新和数字化转型等方式，不断迭代工艺技术，大幅提高科技含量。

既是“新赛道”，更是产业链的延伸

美的再次“自我革命”，对顺德小家电产业产生了不少影响。

新宝股份总裁曾展晖认为，美的现在已经是家电产业规模最大的企业，小家电对于美的来说，即使按照10%的年增长率，发展趋势也不会太明显。

“小家电产业强调‘快’，产品生命周期较短，需要极其灵活的企业体制方能适应。”曾展晖说，新宝充分放权，让员工放手去干，利益直接分配到最基层。

新宝目前有2000多个产品型号，按照平均每个产品三至四年的生命周期，平均每年会推出700个左右的新产品，同时淘汰700个左右的旧产品。新宝在小家电领域如此快的“创

新节奏”，往往让体积庞大的超大型家电巨头“跟不上趟”。

在顺德，除了美的，还有不少家电企业选择抢占新风口实现转型。

“近年来的新风口落在了新能源上。”曾展晖说，对于未来是否布局新赛道，新宝有着自己的研判，小家电市场虽然天花板可见，但仍有增长空间，且企业仍保持稳定的增长。

通过收购摩飞，新宝从代工向品牌端发展；通过发展自有品牌东菱、百胜图，从以外销为主向内销转变。

“家电产业已进入一个成熟的赛道，转型肯定是要的，但我觉得不是转赛道，而是增加赛道。”顺德区经济促进局信息产业科科长严伟坚认为，像新宝这样的百亿级小家电企业，没有进入新能源等新赛道，而是选择向产业链两端延伸。

在严伟坚看来，美的布局楼宇科技、机器人、新能源等方向，既是“新赛道”，更是原有产业链的延伸。如楼宇科技就是以空调为基础的延伸；做新能源汽车零配件，也因为有家电基础；即使机器人是全新的领域，但原有的产业能为新业务提供充足订单。

这也是佛山产业转型整体思路的印证。近年来，佛山将新能源汽车、新型储能、医药健康等产业新赛道，作为改变产业形态的关键之举。但佛山发展这些产业并非“无中生有”，而是立足自身基础，找准大产业链中的定位，不断补链强链、厚积成势。

“中国家电之都”谋变“土壤改良秘方”

今年5月，顺德又一家小家电企业——广东德尔玛科技股份有限公司登陆A股市场。

今年一季度，小熊电器实现营收12.51亿元，同比增长28.07%；利润1.65亿元，同比增长58.27%。

德尔玛、小熊等一批“专精特新”企业受到资本市场的青睐，折射出小家电产业仍持续



保持生命力，并焕发新的生机活力。

“15年来，小熊的年复合增长率达到37%。”小熊电器股份有限公司董事长李一峰说。

广东德尔玛科技股份有限公司国内营销总经理李军卫认为，世界小家电的产业带就在中国，中国的小家电产品已开始引领世界潮流。

严伟坚表示，顺德的家电产业不仅有高峰，也有高地。这里的家电总量大、门类多、品种全，是全国最大的家用电器生产基地，规模以上工业企业超380家。

“我们为什么扎根在佛山？因为珠三角拥有世界最完善的供应链。我的上游有上百家零配件厂，新产品在珠三角能很快就做出来，而且更新更快。”李军卫说，“即使一些企业向东南亚等地区转移，也很难形成珠三角地区一样的聚集效应。”

作为“中国家电之都”，顺德也在谋变“土壤改良秘方”。

“打造最友好的制造业强区，是推动顺德高质量发展的最重要举措。”佛山市委副书记、顺德区委书记刘智勇说，“最友好”意味着各种要素实现综合“最优”，要全力打造最适合制造业发展的土壤、生态和环境，促进形成“草灌乔”全面发展格局。

佛山全市也在持续推动产业空间布局优化，加快构建特色鲜明、结构优化、集群成链、质量卓越、品牌彰显的现代化制造业体系。今年以来，佛山出让8470亩工业用地用于支持实体经济发展，上半年工业投资增长35.5%，规模以上工业增加值增速达7.2%，均居广东省前列。

今年上半年，佛山先进制造业增长8.4%，高技术制造业增长7.2%。佛山的创新企业方阵稳步壮大，今年底高新技术企业预计达到1万家。

“我们处在一个充满不确定性的时代，任何企业不可能百分之百稳定，只有变革、变化才是趋势、才是永恒。”郑柯说，只有拥抱变革、矢志创新，提高应对不确定性的能力，方能穿越产业周期，实现基业长青。

(综合新华社)

最火暑期档 出游多了“体”力活儿

今夏高温，高不过大众出游的热情。在有着“最火暑期游”之称的这个夏天，顶着炎炎烈日，多地游客激增，研学火爆，“人从众”模式横扫各大旅游城市。

三年疫情之后，出游成为一种刚需的释放。由于旅游过于火爆，不少人感叹，出行是个体力活儿，但记者在北京、江苏等多地调研发现，随着旅游和健康观念的转变，今年暑期游确实含“体”量飙升，时尚体育项目如冲浪、滑雪、户外拓展成为休闲度假、亲子研学的一支新力量。

旅游变度假 含“体”量飙升

走进无锡融创茂商业中心的热雪奇迹滑雪场，第一感受是人多，既有熟门熟路的老客，也有组团体验的新手。单板滑雪发烧友张晓夕今年几乎每天都要来练习，他也明显感受到了雪场暑期热度的提升，“可能只有过年那段时间能比”。

热雪奇迹总经理祝冠则用“两高一低”来概括他眼中的变化：“这几年趁着北京冬奥会的东风，南方滑雪的人明显多了，在我们看来，一是愿意自己买装备滑雪的比例提高了，这意味着他们成为了常客和真正的爱好者；二是外地游客比例提高了，现在我们70%以上都是非无锡客户，集中在江浙沪车程两小时的地方；三是门票在收入占比中降低到了六成左右，越来越多人会购买我们的课程。”

买装备、买课、异地游——如今，这是不少体育爱好者参与体育休闲游的标配。徐州姑娘张慧说：“今年‘特种兵式旅游’不少，但基本上都是跨越山和大海，去看人山人海，我和很多朋友都不喜欢。”她则和朋友一起，选择到海南好好休了个假，体验了很多时尚运动，还学会了冲浪，收获的是健康肤色和放松的好心情。

“与其人挤人流汗，不如去运动流汗。”张慧说。

体育咨询公司关键之道创始人张庆认为，这反映了新一代消费者理念的变化，从“旅游”进化到“度假”，从“到此一游”进化到“深度参与”。

记者发现，类似融创茂等商业综合体，如今

乐于引进运动休闲项目，融创茂里除了雪场，还包括水世界等。祝冠笑言：“在这里，可以一站式满足‘孩子玩乐、妈妈逛街、爸爸偷懒’的全家需求。”一位业内人士则认为，综合体以往最能引流的是餐饮、电影类，如今体育休闲类项目异军突起，正成为综合体引流的主力之一。

江苏省统计局和国家统计局江苏调查总队联合发布的2023年上半年江苏经济数据显示，1—5月，全省规模以上生活性服务业营业收入同比增长24%，其中体育服务增长34.6%。体育休闲游渐成热门，相关部门也顺势而为，江苏省体育局上线全省体育旅游电子地图，大力打造体育服务消费新场景。

研学中的体育经

暑期一到，中体·冠军部落国际营地运营负责人孙仁良就忙碌起来，一波波研学夏令营来到位于仪征市大铜山北侧的这个青少年户外运动基地，和体育来一场“约会”。

无独有偶，在京杭大运河支流的扬州市生态科技新城“七河八岛”上，帆船、赛艇、浆板等项目的研学夏令营也是一批接一批。

北京家长王芳（化名）暑假为孩子选择了怀柔区的户外探险营，5天4晚的内容包括山野徒步、攀岩、皮划艇和浆板多项运动，费用近7000元，但王芳觉得很值：“都是户外运动，孩子锻炼了身体，也学个体育技能。既解放了我们，也提供了我们没法教的东西，关键孩子也很开心。”

孩子天性爱动，在江苏仪征参加研学的端木曼乔就觉得攀岩特别有意思：“挺有挑战性

的，这比在家闲着要好得多，以后如果有空的话也会到这里来玩。”

记者在采访中发现，体育类研学如今也在告别以往单一的军训式夏令营，多项目、体育文化的融入让孩子们更感兴趣。扬州航空馆将航空、体育、科技深度融合，体能训练营、飞行模拟体验、室内无人机竞技等项目都是孩子们的最爱。在江阴市海澜飞马水城，一座马文化博物馆令人流连忘返，在这里能近距离观看世界各大品种的马匹。“这匹马为什么那么矮？”“马儿为啥要舔东西？”不少孩子在这里化身“十万个为什么”，一路充满了好奇。

北京启德游学是较早从事青少年游学的业界头部公司。其事业部运营总监郭小娟介绍，今年开始，公司开始重视增加体育类游学，包括滑雪、户外徒步攀岩、帆船等。“今年寒假在崇礼的滑雪营大受欢迎，这个暑假有广西阳朔的户外攀岩营，还有北戴河的帆船营，同时在国际游学中也有英国的马术营等。”

郭小娟觉得，体育类研学流行的背后，有国家政策的变化，更多是家长观念的转变。“体育是非常好的挫折教育和团队教育。很多家长意识到，通过体育让孩子掌握解决问题、与人沟通协作的能力，可能比学习文化知识更重要。”她还表示，目前青少年的情绪和心理问题也不容忽视，体育活动对身心健康有很大好处。

“全家一起来比赛”

过去一周，飞马水城始终人声鼎沸。潮童大赛和学青会马术盛装舞步预赛同期进行，和



北京启德学游的帆船营项目。

美丽乡村篮球联赛随后开打。一场场比赛的背后，是赛事经济不断拉动各类消费的红火场面。

比赛期间，飞马水城各大酒店一房难求。记者看到，商业综合体里餐饮红火，购物人流不断，连乘坐贡多拉游览船都要排长队。“几项比赛加起来有几千人的规模，尤其是孩子的比赛，一家起码来一两个家长，餐饮娱乐购物各个板块都带起来了。”飞马水城一位负责人给记者算起了大账。

暑期是青少年比赛的高峰期，“全家一起来比赛”也成为这个暑期鲜明的旅游特色。中国青少年冰球联赛苏州赛区的比赛7月举行，吸引了200多位外地球员参赛，这意味着200多个家庭举家出行。8岁的沈阳男孩毕希棣第一次来苏州，除了比赛，他还逛了园林，吃了美食，体验了一把江南特色。

江苏省体育局副局长刘彤说，各类赛事的举办不仅能增强老百姓对美好生活的体验感，还能切实拉动其他领域消费，江苏上半年举办全国以上赛事65场次，体育赛事对消费的拉动格外明显，如无锡马拉松就带动周边产业效益1.95亿元。

张庆认为，暑期青少年体育活动飙升的背后有时地利人和。首先是解决了暑期孩子的去处，其次，“双减”政策遏制了学科类课外班，那么以运动为主要内容的暑期活动就成为必选项之一。同时，80、90后的家长更加注重孩子的素质教育，这也反映了育儿观念的变化。

他还表示，青少年体育活动蓬勃发展，但相关服务培训机构还存在鱼龙混杂的情况，暑期研学也出现一些混乱现象。体育等相关管理部门可考虑推出评级、黑白名单等，为家长更好地选择研学培训机构提供便利。

(新华社南京8月16日电)