
“中国制造 2025”在安徽省的应用与实施

——以合肥市小家电生产为例

钱绮雪

(安徽财经大学, 安徽蚌埠 233000)

【摘要】: 中国制造 2025 作为现阶段中国制造的纲领性文件, 对整个中国制造业的发展起到了导向性的作用。安徽省立足于本省实际, 在《中国制造 2025》的基础上, 修订了中国制造 2025 的安徽篇, 作为安徽省制造业发展提出了具体的要求。而合肥市作为安徽的省会城市, 发挥自身的区位优势, 在现有制造业的基础上, 明确发展方向, 以发展小家电生产为发展制造业的核心。随后, 海尔、美菱等一批老牌国内家电制造企业, 在合肥扎根并形成了明显的产业集聚效应。但随着家电智能化的发展以及“互联网+”时代的到来, 合肥家电制造业如何进一步发展就成为了迫在眉睫的问题。

【关键词】: 中国制造 2025; 合肥市; 家电制造业

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】**: A **doi**: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.27.001

2015 年 5 月 19 日, 李克强总理在北京签批了《中国制造 2025》, 该文件结合供给侧改革, 对中国制造业开展了一次全面的规划, 因此, 它成为了中国实现制造业强国长远谋划的行动总纲领。在《中国制造 2025》的基础上, 安徽省制定了《中国制造 2025 安徽篇》。两年的时间过去了, 安徽省制造业正沿着《中国制造 2025》的指引的既定方向不断前行, 并取得了斐然的成绩。

1 安徽制造 2025

1.1 我国制造业发展背景

面对经济全球化和世界一体化的格局, 许多生产制造大国开始看新一轮的制造业革新, 例如德国的“工业 4.0”项目, 美国的“制造业回归”计划等。生产制造大国的一系列革新, 对于发展中国家而言既是机遇也是挑战。面对这一机遇, 发展中国家先后出台了各种加快推进制造业发展的战略与规划。如: 印度出台了“制造业国家战略”, 力争到 2022 年将制造业产值提高到占 GDP 的 25% 以上; 巴西成立了“国家工业发展理事会”, 公布了“工业强国计划”, 采取企业重组和产业结构调整等措施, 发展本国制造业。

目前, 中国是一个传统的制造业大国, 却并非是一个真正意义上的制造业强国。2012 年, 我国制造业增加值在全球的占比超过了 20%, 但是当年中国制造业的增加值率仅为 21.5%, 在这一指标上, 就低于工业大国超过 15 个百分点。除此以外, 从能源使用角度来看, 制造业的能源消耗量占到我国能源消耗总量的 58.0%, 但是其增加值仅占到我国 GDP 的 32.6%。近年来, 随着生产要素的价格上涨和环境保护规定的日益趋紧, 依靠劳动力要素与资源要素发展的中国制造业的传统优势正在不断弱化, 同时还面临着发达国家“高端回流”和发展中国家“中低端分流”的双重挤压, 亟须加快转型升级步伐, 找寻制造业新的竞争优势。

势。

因此，“中国制造 2025”立足于我国转变经济发展方式的实际需要，围绕创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展、人才为本等关键环节，以及先进制造、高端装备等重点领域，实施加快制造业转型升级、提质增效的重大战略任务和重大政策举措，争取能够在 2025 年使我国从制造业大国跻身于制造业强国的行列。

而对安徽省而言，制造业是区域的重要组成部分，同时也是区域现代化建设程度的重要体现，更是区域竞争力最为直观的体现。

1.2 合肥市家电制造业发展

到 2016 年为止，家电制造业已经成为了带动合肥经济发展的支柱性产业，其生产总值占到全市工业产值的 16%以上，更是创造了连续多年超千亿元的奇迹。在这其中，合肥白色家电产量占到全国的 1/6，传统“四大件”年产量达到了 6000 万台(套)以上，其中仅冰箱和洗衣机的产量就占到了全国的 1/4，已连续六年居全国之首。毫不夸张地说，合肥市已经成为了全国最大的冰箱和洗衣机生产之地。另外，随着合肥家电生产制造业链条的不断完善，家电产业的集聚效应愈发凸显，合肥家电制造业逐渐成为合肥经济发展中的一股中坚力量，在促进合肥经济发展的同时，也带动了全国家电制造业的发展。

合肥家电制造业的发展，激荡着整个国内家电市场的变革；依托《中国制造 2025 安徽篇》的发展契机，“合肥智造”正引领家电发展未来。产业链的越发健全，使得家电生产聚集中心正向家电研发中心迈进。像 TCL 家电(合肥)产业园就建立了冰洗研究院，重点发展“智能、高效、节能、健康”的冰洗产品。据统计，以中国科技大学、合肥工业大学和中科院合肥分院等众多科研院所为依托所建立起来的技术中心，就有国家级的 2 个、省级的 12 个、市级的 12 个。随着产业集聚度持续提升，支柱性作用日渐凸显，合肥优质家电产业“生态圈”正在形成。

2 合肥小家电制造业发展现状

2.1 政策契机

《中国制造 2025》为中国制造业发展提供了一个架构，更为家电制造业提出了硬性指标。“在家电领域实施覆盖产品全生命周期的质量管理、质量自我声明和质量追溯制度，保障消费品质量安全”进一步强调了企业的责任意识，迥异于之前的免检制度。追溯制度的实施实际上对于家电产品生产又加了一道安全关与责任关，同时更为家电行业的生产规范提供了一个契机。在《中国制造 2025 安徽篇》中，提出了“智能家电”的发展计划。以家电智能化为未来家电制造业的重点发展领域，不断地提升冰箱、空调、洗衣机等家电产品的智能化水平，开辟新型环保小家电领域，以“智能生活”为发展理念，发展智能家居，从而产生产业升级，打造家电产业新优势。

2.2 典型企业

在良好政策的有效引导与支持下，合肥的家电制造业在经过了十几年的发展之后，已形成了明显的产业集聚。更是有了一批具有鲜明特色的家电生产企业。

2.2.1 海尔家电

海尔作为中国家电自主品牌之一，不仅是中国家电行业发展的典范，更成为了享誉世界的著名品牌。合肥海尔工业园于 2000 年 3 月开工建设，整个工业园占地 800 多亩，投资近 10 亿元，在规划之初预计实现产值 100 亿元。作为海尔集团在中西部地区

最大的 B2B 生产基地。海尔家电产业园通过先进的电子商务网络平台，以实现与消费者的零距离、零库存及零资金占有的三个“0”为目标。近年来，海尔家电的全球家电零售量份额不断提高，仅 2012 年到 2014 年就提高了 1.6 个百分点，全球营业额增加了 376 亿。

然而，海尔集团并没有满足于现有成就，在作为华东地区海尔集团重要的生产基地的合肥，进一步开拓市场。2017 年 05 月 11 日，海尔集团与合肥市高新开发区在原有海尔产业园的基础上，签订了投资建设海尔(合肥)创新产业园项目。以创新为动力，以智能制造和互联网为切入点，加强创新、实现转型，打造“智能生产线”，推出更多“智慧家电”，引入“人单合一”理念，推动整个合肥地区的家电企业生产的转型。

2.2.2 美菱集团

美菱集团是老牌的国有企业，为了开拓市场，美菱集团成立了安徽省首家 RoHS 公共检测中心，用以保证生产出来的电器符合欧盟的进口标准。为了达到这一的标准，美菱集团还组成高水平的研发团队、成立企业技术中心，使得美菱在节能、无霜、深冷、智能化等多个领域不断取得突破性成果。

无论是外来家电企业还是土生土长的家电生产厂商，经过在合肥的产业集聚，通过各企业间的学习交流，在研发新产品的速度和新产品的质量上，都有了明显的提升。另外合肥市家电制造业在《中国制造 2025 安徽篇》的指导下，已经逐渐成为了国内家电制造行业的标杆，为推动我国家电制造业的发展树立了行业发展的典范。

3 合肥家电制造业未来发展建议

虽然合肥的家电制造业经过了几十年的发展，但仍存在着产品的核心竞争力不足，物联网不够发达等一些问题，制约着合肥家电制造业的发展。针对目前合肥家电制造业存在的一些不足，可以从以下几点中进行改进。

1 加强创新，家电智能化是未来的发展大势

“智能化家电”是未来家电生产的大趋势。目前，智能化家电的主要消费群体是 90 后，他们希望家电可以融合物联网、大数据、云计算带来信息消费，而个性化的定制服务已逐渐成为了家电市场的主要诉求，其追求的娱乐、分享功能，则成为了家电发展的重大突破口。在这样的情况下，各企业需要立足于创新，抓住“智能化”这个家电行业发展主题，加强创新，不断开发新技术，提高产品的智能化水平，将合肥市家电制造业在不断做大的基础上不断做强，才能实现新一轮的家电行业升级发展。好在目前合肥市家电制造业的生产积聚效应已经凸显，汇集着众多国内外品牌的生产厂家以及大量的研发中心，具备生产智能化家电的必要条件和基础设施。

3.2 注重绿色设计，环保是大势所趋

近些年来，环保成为了各行各业都必须重视起来的问题。2016 年，在合肥市第二届绿色设计与制造论坛上，“创新协调绿色开放共享”的发展理念被提出，希望以“中国制造 2025”为契机，大力发展绿色生产，这就对家电生产企业提出了更高的要求。一直以来，家电企业无论在生产过程中排污的情况，还是产品使用时能源的消耗，都是大家备受关注的问题。企业绿色生产，会带来良好的企业效益，树立积极的企业形象，从而推动企业的长期发展。随着环保观念的深入人心，各国对于绿色产品的需求日益增加，与此同时，各国设置的绿色壁垒也越来越高。只有从产品设计、生产就开始灌入绿色理念，才能保证产品的高品质，才能无畏绿色壁垒，进入国际市场。

3.3 加强校企合作，从高校中汲取人才，提升行业竞争力

合肥作为历史科教文化名城，高校资源丰富，有着中国科技大学、安徽大学、合肥工业大学等一流高校。作为合肥家电制造业企业，应不断加深与合肥各个高校之间的联系。其原因有二：首先，此类理工科院校的学生，有着丰厚理论知识作为支撑，正缺少“用武之地”，企业与高校的合作增加了他们的实践机会，许多学生跃跃欲试，在此过程中，企业就可以进行人才的选择，直接找寻对口专业的学生进行培训。其次，加强校企合作，可以使企业在高校中不断汲取人才，从各专业找寻有干劲的员工，组建充满活力的企业研发团队，借助高校作为原动力，让企业注入新的生机与活力。

3.4 扩宽市场，建立起连接“一带一路”的物流线

合肥家电制造业在立足本土市场的同时，还需积极响应国家“一带一路”的号召。“一带一路”为合肥家电制造业提供了新市场，创造了发展的新契机。家电企业需要加强物流网络建设，衔接国家“一带一路”计划，将合肥家电的产品推向新思路国家。在“一带一路”中有许多的民生项目，我国都积极参与其中，合肥的家电制造业可以以此为契机，将自己的产品远销海外。一方面，这些民生项目是国家大力支持的，拥有许多的政策优惠；另一方面，“一带一路”的发展备受国际社会的关注。一旦在“一带一路”的沿线国家有所发展，势必会形成“蝴蝶效应”，让更多的国家注意到我国的家电品牌。除此以外，各国的市场对于家电企业来说既是机遇也是挑战。如若我家电品牌真的可以在这样竞争力巨大的环境中力拔头筹，则企业的整体出口能力将得到大幅度的提升。

参考文献：

[1]侯自强.“互联网”，从制造大国迈入“智”造强国[N].中国社会科学报，2015-06-29.

[2]胡旭，吴林红.第十届中国(合肥)国际家用电器暨消费电子博览会开幕[N].安徽日报，2016-11-19.