

产品转型

从传统家电到全屋智能

语音管家小达、智能衣物护理机、智能门锁、语音晾衣架……近日，记者走进位于安徽合肥的荣事达第六工业园，在合肥荣事达集团智能全屋体验生活馆，感受到一系列智能家居产品的魅力。

“你好，小达。打开窗帘。”体验馆内，荣事达集团副总裁杨其武话音刚落，客厅的窗帘便徐徐打开；再伸一伸手，阳台的晾衣架自动升降；走进厨房，放置着的智能可燃气体泄漏感应装置，不仅可以感应浓度报警，还能连接机械臂自动关闭燃气总闸，并打开窗户。聊起这些智能家居产品，杨其武娓娓道来。

他又带着记者来到体验馆另一处，指着一台“冰箱”，笑着让记者猜测它的用处。“这其实是一台衣物护理机，是我们团队近期开发的智能二代产品。”杨其武告诉记者，荣事达二代衣物护理机目前刚刚上市，具有杀菌除螨、中温烘干、熨烫塑形、香薰祛味等多项功能，给衣物提供全方位护理。“平时衣服如果沾上了火锅味、烟味，放进护理机就可以祛味，很符合现代人需要。”

1994年到1998年，荣事达洗衣机销量曾连续四年蝉联全国第一，“荣事达，时代潮”这句广告词更是家喻户晓。但近年来，在智能化浪潮冲击下，传统的生产制造企业纷纷探索转型道路。杨其武在接受采访时表示，对于荣事达而言，想要在行业内有所发展的话，必须有所转型，投入更多的精力。目前荣事达也在倾注集团内部所有力量发展智能家居，着力为客户提供全屋智能化解决方案。

“我们打造了一个全屋场景品牌——品冠E家。场景智能化不仅是全屋家居的大势所趋，也是未来智能家居行业的战略高地，为行业发展贡献‘科技定制场景化解决方案’。简单来说，我们会根据用户的生活场景所需，植入相应的安防、影音、照明、美食、看护等智慧系统，输出整体全屋生活场景解决方案。”杨其武说。

谈到未来生活，杨其武感慨道：“未来是一个万物互联的智能时代，未来的家庭生活也是不同场景化的，通过对家居空间的整体规划和一站式解决，我们的居家生活也会更加便利和高质。我们目前正在打造‘品冠E家’线下体验店，正是为了让场景化生活概念更好地走向大众市场。”

机制转换 吸纳创客

搭建“双创”平台

从1954年合肥的一家五金翻砂厂，到

老品牌融入“时代潮”

智能化浪潮下，制造企业纷纷探索转型之路。曾以一句“荣事达，时代潮”家喻户晓的民族品牌荣事达，这一次正在投身智能制造、万物互联的“时代潮”。

“回忆杀”无法让老品牌站稳脚跟，勠力转型才能跟上产业、消费双升级大势。荣事达致力于推进三大转型战略，即从传统家电制造企业向物联网企业转变的产业转型、从聘用制关系向合伙制关系转变的机制转型、从追求利润到实现价值塑造的价值观转型。如今，荣事达已从一家传统家电企业，转型为智能化多品类家居企业，走出了一条紧跟时代发展的创新路。



1981年改制后的合肥洗衣机厂，再到1998年洗衣机产量突破200万台，连续4年行业产销全国第一……荣事达品牌已经走过67年岁月，在时代变迁中历经起伏，在不断创新中紧跟时代发展。

人才是企业创新的原动力。近年来，荣事达集团搭建“老品牌+新创客”的“双创”平台，汇聚创新力量，加快产业转型升级和新兴产业培育。一大批创客汇聚旗下，携手打造智能家居。集团研发的智能家居产品，均由创客团队研发生产。

荣事达集团董事长潘保春介绍，集团自2016年正式探索“双创”以来，围绕“荣事达”品牌规划智能全屋系统及十大产品生态圈、

十大功能生态圈，建立了400多个项目库，并吸纳相应的创客团队，对团队给予发展指导。目前，像空气能、发热地板这样的创客团队和小微企业有160余个，带动近3000人就业。这些小而美的创业团队为传统卧室、卫浴、阳台和车库注入智能“血液”，共同支撑起荣事达智能家居生态。

荣事达集团的“双创”平台为何能深受欢迎？据了解，集团坚持雇佣制关系向合伙制关系转变的机制转型，不仅搭建平台和投资，还对团队进行分阶段精准扶持，给予团队发展方向上的指导以及必要辅助。

作为其中一位创客，已过不惑之年的杨其武在这里实现了自己的创业理想，加入荣

事达“双创”中心后，他带领着另外9位创客，共同负责荣事达智能家居的体系研发。杨其武以自身经历解释集团给予团队的扶持：“智能家居是以软件系统集成硬件家居产品，实现家居产品的远程控制和产品联动，在荣事达庞大的硬件产品体系支撑下，以及团队的充分自主管理下，团队得以专注于软件系统，迅速整合硬件资源。”

“双创”平台既能为创客赋能，也能让“老品牌”涅槃重生，可谓达到了共赢。据了解，2015年3月，杨其武与其团队的首批产品正式投入市场，一个月后，销售额超过1000万元。如今，杨其武与其团队已打造出100多种智能家居产品套系，其中不少成为

市场热销款。

在这些双创成果的基础上，荣事达集团持续发挥双创平台的带动作用，接连荣获国务院办公厅公布的“国家双创示范基地”、科技部颁发的“智能家居国家专业化众创空间”等15项殊荣，取得了跨越式发展。

技术转化

增强研发力量，提升竞争优势

荣事达集团董事长潘保春曾说：“过去做企业一定程度上就是追求‘赚钱’，很累。现在我们要让企业通过技术进步、核心竞争力提升变得‘值钱’。”

跟随杨其武，记者来到荣事达科技创新平台实验室。“物理性能实验室、燃烧实验室、化学实验室、环境实验室等8个功能实验室，目前都已经建好并投入使用。”杨其武向记者介绍，一个“智造”企业，研发能力不可或缺。研发能力的增强，不仅提升企业自我价值，也是为社会造福。

“现在正在进行智能衣物护理机耐压实验，测试产品的安全性。”在安规实验室，测试工程师张洋正在一台机器前忙碌着。他告诉记者，他们日常会瞄准国内外智能家居课题，通过不断试验，研究行业内关键性技术创新问题。

杨其武表示，集团借助“双创”发展优势，建立了这一创新平台实验室，集中力量探索“人工智能+智能家居+装配式装饰”三位一体、集成式发展。

如今，智能化在智能家居领域占据着越来越重要的地位，智能家居产品也不断“飞入寻常百姓家”，这些都离不开其背后研发人员的努力。

在荣事达集团核心部门——研发部，员工徐庆正在测试一款软件。2015年来到荣事达集团之后，他相继参与研发“智享家”App和智能助手小达。说起研发，徐庆告诉记者，“我们都是从‘0’开始，摸着石头过河，那时候智能家居行业都处于起步阶段，没有什么可借鉴的经验。总是在技术上出现一个又一个难点，需要无数次试验，最终才做到了现在的量产。那时心里憋着一股劲儿，想在智能家居行业做出点儿成绩。”

唯创新者强。“这些年来，企业越来越重视技术创新、产品创新和商业模式创新，以智能硬件+系统软件的物联网技术驱动构成智能全屋系统。”杨其武介绍，下一步，荣事达将继续把富有创意的设计灵感与人们对美好生活的向往需求串联起来，研发制造出系列人性化、接地气的产品，为用户提供贴心的智能家居全屋设计方案。

（原文刊登于安徽日报，作者系安徽日报见习记者朱卓、记者汤超）

（上接第1版）针对中小企业的难点痛点堵点，要出真招、办实事、从基础做起，让他们有更多实实在在的获得感和满意度。具体而言就是“多予、少取、重服务”。

中小企业发展难首先是融资难，“多予”要推动银行业、金融机构加大首贷、续贷、信用贷、中长期贷投放力度，构建有效支持中小企业的体制机制。中小企业抗风险能力较差，“少取”要重在加大减税降费力度，出台阶段性提高小规模纳税人增值税起征点，降低部分小微企业所得税、延续实施阶段性降低失业和工伤保险费率等政策。中小企业面对的发展问题不一样，要真正提高服务意识和服务能力，积极探索为中小企业发展服务的新渠道、新方式和新方法，让广大中小企业看得见、摸得着、用得起、用得好。

中国中小企业协会副会长宁金彪认为，营商环境方面，长三角、珠三角等地的先进做法可以总结参考。社会各有关方面均可基于自身的职能和优势，建立起为中小企业发展助力、赋能的服务板块。

今年工信部围绕政策宣贯、金融服务、科技服务和人才培养等主题，开展对接会、推介会、展会、路演等系列活动1.8万场，服务企业900余万家次，集中解决了一批实实在在的问题，涌现出了一批典型的服务模式和做法。

突出创新引领，培育更多“隐形冠军”。工信部数据显示，今年，新培育制造业单项冠军企业259家、国家级“小巨人”企业2930家，累计分别达到848家、4762家，带动各地培育省级“专精特新”中小企业4万多家。

创新是国家和企业发展的必由之路，惟创新者进，惟创新者强，惟创新者胜。中国科技发展战略研究院研究员赵刚表示，新冠肺炎疫情对全球产业链、供应链冲击前所未有，但同时也给中高端产业链升级带来机遇。中小企业应该抓住这个机会，培养造就更多的“隐形冠军”来填补这个空白。

我们强调“专精特新”，就是要聚焦主业、打造优势、勇于创新，做到专业化、精细化、特色化。要以“专精特新”为方向，把企业打造成为掌握独门绝技的“单打冠军”或者“配套专家”。专精特新中小企业专注于产业链上某个环节，与上下游协作配套能力强，在连接“断点”、打通“堵点”上大有可为，完全可以为提升产业链供应链稳定性和竞争力、构建双循环新发展格局发挥更大的作用。

这就要求我们要以落实《为“专精特新”中小企业办实事清单》作为重点，完善分类培育办法、建立科学评价指标体系、加强顶层设计，培育更多的“专精特新”中小企业和专精特新“小巨人”企业。

工信部正在健全完善“百千万”梯度培育体系，力争到2025年通过中小企业“双创”带动孵化百万家创新型中小企业、培育十万家省级“专精特新”中小企业和一万家专精特新“小巨人”企业，以及1000家左右的制造业单项冠军。肖亚庆透露，明年要新培育3000家左右“小巨人”企业，再支持一批重点“专精特新”企业。

通过政策引导，推动要素资源向优质中小企业集聚，中小企业的“专精特新”发展道路才能越走越宽。

促进融通发展，构建科技创新共同体。为帮助中小微企业、个体工商户恢复发展，关键还要促进大中小企业融通创新、融通发展。

2022年，工信部将制定推动大中小企业融通创新的政策措施，引导更多大企业向“小巨人”企业开放市场，支持更多中小企业进入龙头企业供应链，培育更多中小企业特色产业集群。《“十四五”促进中小企业发展规划》提出，将培育200个中小企业特色产业集群。

大企业联合中小企业建设先进

制造业集群、战略性新兴产业集群、创新型产业集群等，将形成大企业带动中小企业发展，中小企业为大企业注入活力的融通发展新格局。

“小巨人”企业专注细分市场产品的创新，大企业集团聚焦不断增强国际竞争力，通过龙头企业搭配中小企业，在多维度、多领域构建“科技创新共同体”，将有力提升对产业链、供应链、创新链的引领整合能力。大企业可以向中小企业开放资源、共享能力，以数据和资源赋能中小企业；中小企业在新的产业形态下能够快速迭代，由小变大、由弱变强。

以京东集团为例，京东已服务近70%的省级“专精特新”中小企业和小巨人，京东云为超过120万家中小企业提供一站式的数智化技术服务，助力中小企业“上云”。而中小企业的创新成果通过创新链、供应链、数据链回流，激发了京东的创新力。

中小企业工作事关经济发展全局，事关民生福祉大计，坚持纾困解难与支持创新促升级缺一不可。有政策压舱护航，中小企业可以放开手脚创新，以政策为导向，以产业自强，以经济自兴，“百尺竿头更进一步”，方不负“国民经济和社会发展的生力军”之名。

我国已全面实现村村通宽带

农村互联网普及率近六成

（上接第1版）

不仅要让老百姓“用得上”信息服务，还要让他们“用得起”“用得好”。在保障“用得起”网络方面，工信部联合财政部推动基础电信企业，面向农村脱贫户持续给予5折及以下基础通信服务资费折扣，精准降费举措已惠及农村脱贫户超过2800万户，累计让利超过88亿元。农村互联网普及率已达到59.2%，较“十三五”初期翻了一番，城乡普及率差异缩小了15个百分点。

在保障“用得好”网络方面，工信部加快农村网络覆盖村委会、学校和卫生室，推进“互联网+”教育和医疗应用发展，全国中小学校（含教学点）100%宽带通达，远程医疗覆盖所有脱贫县，优质基础教育医疗资源加速向农村拓展，有力保障2亿学生在疫情期间“停课不停学”，全国农村网络零售额从2015年的3530亿元增长到2020年的1.79万亿元。网络流量为农村群众带来了产品销量、增加了收入数量、提高了生活质量。

据了解，工信部和财政部正在推动新一轮电信普遍服务。谢存强调，新一轮电信普遍服务较“十三五”时期主要有两方面不同。一是推进农村网络深度覆盖。在行政村“村村通宽带”基础上，工信部将进一步支持自然村组、林场、牧场、重点区域和交通要道沿线等宽带网络覆盖；同时做好与易地搬迁、兴边固边等政策衔接，加大对乡村振兴重点帮扶县、边疆地区、民族地区、革命老区和森林草原防火重点区域等支持力度，持续提升光纤和4G网络在农村地区的覆盖广度和深度。二是在引导农村网络高质量发展方面，工信部将在电信普遍服务中逐年加大农村5G网络建设支持力度，鼓励基础电信企业在农村地区开展5G、千兆光纤等高质量网络建设，逐步拓展覆盖范围、提升网络质量。

中国电子报

一报在手 行业在握

中国电子报社是工业和信息化部主管的传媒机构，创建于1984年。目前，中国电子报社拥有集报刊、图书、网站、微信、微博、音视频等融媒体传播，会议活动、展览展示、专业大赛、定制服务等会赛展训服务于一体的立体化、多介质产品，成为凝聚行业力量、服务行业发展的重要平台。《中国电子报》（国内统一连续出版物号：CN 11-0005 邮发代号：1-29）是属有机报职能的行业报，主要报道内容包括：产业要闻、政策解读、集成电路、新型显示、智能终端、家用电器、5G、人工智能、物联网、工业互联网、移动互联网、大数据、云计算、区块链、VR/AR等。

融媒体服务

● 报纸出版

● 官方网站（电子信息产业网www.cena.com.cn）

● 官方微信（公众号cena1984）

● 官方微博(http://weibo.com/cena1984)

● 视频平台（抖音、快手、央视频、人民视频等）

● 视频服务（视频制作、在线直播、在线会议等）

● 平台推广(学习强国、今日头条、百度百家等)

● 内参专报

● 行业报告

● 图书出版

会赛展服务

● 会议活动

● 专业大赛

● 展览展示

● 专业培训

● 政府服务

● 企业定制

● 产品评测

● 舆情监测

● 数据营销

● 招商引资

官方微信

官方网站

在这里

让我们一起把握行业脉动

www.cena.com.cn

地址：北京市海淀区紫竹院路66号赛迪大厦18层

电话：010-88558808/8838/9779/8853

传真：010-88558805

广告