

家电企业开辟第二条“蓝海航线”

TCL 2021 年
营收达 2523 亿元



本报记者 杨鹏岳

“生物医疗”已经开始走进家电企业的视线，并逐渐成为其奋力开辟的“蓝海新航线”。海尔、美的、长虹美菱、澳柯玛等多家家电企业均已“跨界”布局生物医疗。业内人士指出，在家电行业面临诸多挑战且持续承压的背景下，体量日益壮大的中国家电头部企业需要拓展第二条增长曲线，寻找新的机会点。

家电企业纷纷跨界生物医疗

近日，澳柯玛发布了2021年年报。2021年，澳柯玛营业收入86.26亿元，同比增长22.19%；归属于上市公司股东的扣非净利润1.63亿元，同比增长80.71%。在严峻的市场环境下，澳柯玛仍然保持增长态势。

值得关注的是，在“互联网+全冷链”发展战略的快速推进下，澳柯玛正不断加大技术投入，完成包括生物医疗在内的全冷链产业布局。

据了解，2020年新冠肺炎疫情发生以来，澳柯玛生物医疗除了向黄冈市中心医院、大别山医疗中心等14家医疗单位捐赠医用冷藏箱等抗疫医疗设备外，还积极与各大医疗机构合作，全力开展PCR核酸检测实验室建设。其中，澳柯玛生产研发的医用冷藏箱、低温保存箱、超低温冰箱等，作为检测环节的重要一环，为保存核酸检测试剂盒以及保存病毒样本提供了重要存储保障。目前，澳柯玛疫苗冷链产品已入选联合国全球采购目录，疫苗冷链系统遍布非洲、亚洲。

事实上，在家电圈中，除了澳柯玛，海尔、美的、长虹美菱等多家家电企业也已经与生物医疗结缘。

海尔旗下科创板上市公司海尔生物医疗成立于2005年，是一家基于物联网全场景

景转型的生物安全科技生态公司，2019年成功登陆科创板后，成为生物安全数字医疗新基建生态第一股。Wind数据显示，2019-2021年，海尔生物的营业收入从10.13亿元增长至21.26亿元，年复合增长率（CAGR）为44.87%；归母净利润从1.82亿元增至8.45亿元，年复合增长率为115.47%。

海尔生物始于生物医疗低温存储设备的研发、生产和销售，如今其主营业务包括为生物样本库、血液安全、疫苗安全、药品及试剂安全等场景提供低温存储综合解决方案等。据了解，我国航空温控物流设备长期被国外品牌垄断，而海尔生物通过集合多个生态方，自主创新研发“主动式航空温控集装箱”，在航空温控集装箱技术领域取得重大突破。

长虹美菱为了打造品牌产业“小巨人”，早在2002年便与中科院理化研究所合资成立了子公司，进军生物医疗行业。长虹美菱着力自主研发，对生命科学、智慧冷链、家庭健康三大领域进行了多年的深入研究。今年3月份，长虹美菱的公告披露，旗下子公司中科美菱低温科技股份有限公司已向中国证券监督管理委员会安徽监管局，提交了在北京证券交易所上市的辅导备案材料。目前，长虹美菱已成功研发并上市了新一代层析柜、双擎变频超低温冷藏箱、第三代血液箱等产品。

美的2020年成立生物医疗公司，主要是基于制冷技术方面的多年积累，拓展低温存

储设备生物安全领域的业务。美的生物医疗总经理卢晓骢曾表示，美的生物医疗依托于美的集团30余年制冷技术积累，不仅在主流技术上进行跟进，还在现有技术基础上进行迭代。“在性能、品质、温度控制、智能化程度等方面，美的生物医疗为消费者提供经得起时间考验的医用冰箱，市场前景非常乐观。”卢晓骢说。

奋力开辟“蓝海航线”

尽管国内家电企业纷纷布局生物医疗行业，但是相比主营业务，生物医疗的营收还只是整体业务中的很小一部分。既然如此，家电企业为何还动作频频？

GfK中国家电事业部总监蔡凌向《中国电子报》记者表示，中国家电市场已经进入存量竞争时代，企业成长空间受限。体量逐渐壮大的中国家电头部企业需要拓展第二条增长曲线，寻找新的机会点。正因为如此，家电企业近几年加速向新能源汽车、光伏、医疗等多个领域布局。卢晓骢透露，在中国市场，目前国产医用超低温冷柜的规模已经超过国外品牌。

“生物医疗领域是公认的潜力领域，近几年疫情加速生物医疗市场发展，家电头部企业也都积极拥抱这一趋势，把握这一赛道的机会。”蔡凌认为，首先，各个家电企业应借助各自特长，发挥协同效应和规模化优

势；其次，坚持战略性发展眼光，避免短平快；第三，要加大技术和研发投入，打造生物医疗领域的核心竞争力；第四，要注重品牌塑造。“相信中国家电企业凭借其持续投入和耐心，会在全球生物医疗领域获得很大的发展空间。”蔡凌说。

当前，我国已经迈入新发展阶段，人民群众对高品质消费品和市场主体对高质量服务的需求快速增长。随着新冠肺炎疫情防控进入常态化，人们对冷链物流等方面提出了新的更高要求，生物医疗也越来越受到市场关注。在生物医疗领域，温度敏感型生物材料的转运、配送所需的低温存储领域尤其受到资本市场的关注。在此背景下，生物医疗冷链设备产业呈现出快速增长的发展态势。

家电和医疗是民生的两大重要领域，放眼全球，西门子、飞利浦、GE等家电行业翘楚，已经先后通过不同方式进入医疗领域，并取得了公认的成绩。

“家电企业转向生物医疗领域，门槛只高不低。”在家电行业分析人士刘步尘看来，医疗领域未来有很大发展空间。刘步尘指出，技术含量高的医疗设备过去大部分是从海外采购，成本会高很多。若家电企业能够在生物医疗领域发力，推出优质的产品和服务，对于发展我国医疗事业、保障国民健康会起到很大的推动作用，也更有利于中国家电企业的发展。

本报讯 记者邱江勇报道：近日，记者从TCL（集团）获悉，2021年，TCL（集团）营业收入和利润均取得历史最好成绩，整体营收2523亿元，同比增长65%；净利润171亿元，同比增长129%。

报告期内，TCL（集团）核心产业均实现显著增长。其中，TCL科技实现收入1635.4亿元，同比增长113%，净利润149.6亿元，同比增长195.3%；TCL实业实现营收1056.4亿元，同比增长18%，实现净利42.1亿元，同比增长74%。

具体来看，在半导体显示业务方面，2021年，公司半导体显示业务实现营业收入881亿元，同比增长88.4%，净利润106.5亿元，同比增长339.6%。

TCL华星把握行业发展机会，发挥规模优势，优化业务结构，提升大尺寸高端和中尺寸IT产品贡献，营收和利润均创新高。在大尺寸领域，公司实现出货面积3774.7万平方米，同比增长36%；收入565.5亿元，同比增长95.1%；TV面板市场份额全球第二。中小尺寸领域，公司出货面积174.5万平方米，同比增长23%；收入234.1亿元，同比增长31.6%；电竞显示器市场份额跃居全球第一。

记者了解到，受国际形势影响，全球经济增速放缓，通胀预期提升，消费需求放缓，显示行业仍处于周期底部，产业经营承压。长期来看，LCD显示产业向中国大陆头部企业集中、竞争格局优化的趋势不变，头部企业在产能规模、技术研发、供应链生态等方面已建立优势，行业进入壁垒大幅提高。TCL华星将持续优化业务结构，聚焦大尺寸高端化、中尺寸产品和客户开发、小尺寸差异化技术与应用，加快从大尺寸显示龙头向全尺寸显示产业全球领先的转型升级。

2021年，TCL中环实现营业收入411亿元，同比增长115.7%；净利润44.4亿元，较上年同期增长200.6%，新能源光伏与半导体材料均显著增长。公司产能加速提升，产品结构优化升级，通过持续技术创新及工艺进步，单台炉产效率业内领先，单位产品硅料消耗率同比下降明显，硅片出片率、A品率和单位产品毛利大幅提升。

TCL智能终端2021年实现营业收入824亿元，同比增长7.5%，实现净利润11.9亿元。2021年，TCL中高端智屏销售量显著增长，量子点智屏及Mini LED智屏的销售量分别同比增长53.8%及50.5%。2021年TCL智屏全球市占率持续提升至11.5%，稳居全球前三。2021年，TCL空调聚焦新风赛道，全球销量1166万套，同比增长8.1%，全球销量市场份额排名第四。TCL白电主营业务收入达36.5亿元，同比增长33.0%，TCL冰箱与TCL洗衣机全球销量分别达186万台和217万台，分别同比增长21.8%及20.4%。

接种新冠疫苗

保护自己

保护家人

中宣部宣教局

国家卫生健康委员会宣传司

中国疾病预防控制中心

中国健康教育中心

公益广告