

# 小家电“出海”记： 打造产品力 扬帆拓市场



石头科技制造工厂

本报记者 张兴望 摄

“我们从一开始就是‘两条腿’走路——2016年，公司成立；2017年，产品研制成功，同步开拓国内和国际市场，基本算得上是国内第一批‘出海’的扫地机器人品牌。”石头科技高级副总裁程飞告诉中国证券报记者，“我们海外销售的增长非常迅速，目前已经在德国、澳大利亚、日本等14个国家跻身市占率前三。”

海关总署数据显示，2023年11月，中国家用电器出口33181.6万台，同比增长24%；前11月累计出口338716.8万台，同比增长9.6%。专家认为，随着发达经济体去库存进入尾声和通胀回落，补库存效应正逐步显现，海外市场需求复苏对我国家电出口形成拉动作用，2024年家电出口有望延续高景气。

● 本报记者 王舒媛

在石头科技位于广东省惠州市的智造工厂内，一排排大型自动化设备有条不紊地运行着，SMT生产线（表面贴装技术）、组装生产线、涂覆生产线……经过多道工序后，300多个部件各归其位，组装成一台台符合出厂标准的扫地机器人。

“之前订单一直是委托代工厂制造，但后来产能逐渐跟不上销量增长。2023年9月我们自建智造工厂正式投

产，总面积达51150平方米，共12层，目前月产能最高可达30万台。同时，二期厂房也在规划建设中，预计2024年5月交付使用。”程飞介绍说，“2023年海外‘黑五网一’期间，石头科技在北美的GMV（商品交易总额）同比增长30%。即便是有了自己的工厂，生产压力也非常大，加上代工厂的产能，依然供不应求。”

石头科技发布的2023年第三季

谈及石头科技迅速打开海外市场的原因，程飞表示，最核心的还是产品力。

“石头科技会根据不同的市场、不同的客户群体和需求设计产品。”程飞

说，“中国厂商的产品力强，一定程度上引领了海外市场产品升级迭代。例如，在国内已经非常普遍的拖布自清洁基站功能，却鲜少出现在外资产品上，甚至大部分外资产品仍是非扫拖一体。”

度报告显示，2023年前三季度，公司实现营业收入56.89亿元，同比增长29.51%。石头科技在报告中表示，营收增长主要是新品销量增加及海内外收入增加所致。“从全年来看，2022年公司海外营收占比为58%左右，2023年的占比将会更高。”程飞透露。

海外营收快速增长的中国小家电，除了石头扫地机器人，还有极米投影机。“目前，极米在全球已经进驻了

4500家门店，在日本家用智能投影市场的市占率已连续多年位居第一。”极米科技副总裁郭雪晴介绍说。据了解，目前极米已在美国、日本、德国、新加坡等地设立了海外公司，海外渠道覆盖不断扩大。除亚马逊、日本乐天等主流线上渠道外，公司产品还陆续进入欧洲、美国及日本等区域市场的主要线下零售渠道。2023年上半年，极米科技实现境外收入3.5亿元，同比增长39.14%。

国泰君安研报表示，中国小家电产品力足够好，甚至能够对海外品牌形成降维打击。特别是扫地机、投影仪等产品技术壁垒较高，国内龙头品牌与海外大多品牌相比均存在明显的技术优势。

对于这一说法，郭雪晴表示认同。她介绍，为确保科技创新优势，2023年上半年，极米研发投入占营业收入的比例达到12.61%，截至2023年6月30日，极米已拥有专利866项。

美的集团相关负责人表示，2023年家电海外销售整体稳定，在欧洲、拉美、中东等市场实现了两位数增长。从品类来看，冰箱、洗衣机、小家电等出口均实现两位数增长。

国金证券研报认为，展望2024年，外销仍为中国家电企业重要增长点，依托技术、创新效率和海外本土化运作，品类升级和份额提升有望延续。同时，欧美市场补库存和新兴市场

需求上升，也有助于外销增长势头的延续。

中国银行研究院研究员叶银丹认为，中国家电企业的海外布局正

向纵深发展，从过去的以高性价比产品切入海外中低端市场，转变为当前依靠研发驱动进军海外中高端市场，通过不断推进创新和效率提升，提高企业在全市场的综合竞争力。预计这一情况将在今后几年持续上演。

## 2023年整体销售不佳 房企积极寻找新增长极

● 本报记者 董添

近期，上市房企陆续披露2023年12月及2023年销售业绩。从销售情况看，2023年房企整体销售业绩不佳，部分头部房企销售放缓明显，有的房企建筑类业务有所增长，不少房企将代建等业务作为新的增长极。

寻求业务多元化

新城控股董事长王晓松表示，1月2日晚，万科A发布公告，2023年12月，公司实现合同销售面积256.7万平方米，上年同期为286.9万平方米；合同销售金额为329.8亿元，上年同期为397.6亿元。2023年，公司累计实现合同销售面积2466万平方米，上年同期为2630万平方米；实现合同销售金额3761.2亿元，上年同期为4169.7亿元。

根据中指研究院发布的《2023年中国房地产企业销售业绩排行榜TOP100榜单》，TOP100房企2023年销售总额为62791亿元，同比下降17.3%。2023年，销售突破千亿元的房企共16家，较去年同期减少4家，百亿房企116家，较去年同期减少14家。

有的房企虽然销售业绩下滑，但建筑类业务有所增长。举例来看，中南建设公告显示，2023年12月，公司合同销售金额为18.3亿元，销售面积为14万平方米。2023年，公司累计实现合同销售金额398.8亿元、销售面积333.2万平方米，同比分别下降38.6%和38.7%。建筑业务方面，2023年12月，公司新承接项目15个，预计合同金额合计3.6亿元。2023年，公司新承接项目预计合同金额35.5亿元，同比增长2.1%。

值得注意的是，从近期房企表态看，不少房企将代建等业务作为新的增长极。

碧桂园总裁莫斌表示，2024年，面对仍然大量的交付任务，公司要始

终不放松对品质的要求，开放工地接受业主的参观和审视。新的一年，在保交付、保经营、保信用的同时，努力把握新机遇，走出新模式，从而锻造一个更加健康的碧桂园。“一体两翼”的战略布局，让公司探索到新的生机，科技建造不断成熟，博智林机器人经过五年的投入和准备，商业化已初见成效，代建代管正成为新的业务增长极。

新城控股董事长王晓松表示，2024年，公司将继续沿着既定的战略坚定前行，不断夯实地产开发、商业管理、物业服务三大板块，持续打造轻资产代建代管业务平台。

拿地态度不一

除披露销售情况外，不少房企还披露了拿地情况。从房企拿地态度看，近期房企对待拿地态度不一。

有的区域房企延续此前积极拿地态势。滨江集团2023年12月28日晚间披露关于竞得土地使用权的公告显示，12月28日，公司及杭州地铁开发有限公司以联合体名义竞得杭政储出[2023]179号住宅用地使用权，建设用地面积为32946平方米，容积率为2.2，土地总价为171835万元，公司权益比例为73%。

津滨发展2023年12月18日晚间披露的关于通过公开挂牌方式获得土地项目的公告显示，为增加公司项目储备，公司全资子公司滨和公司于2023年12月18日以联合竞买方式通过参与公开挂牌获取了津滨开（挂）2023-4号地块项目。土地用途为城镇住宅、商服用地，城镇住宅用地70年、商服用地40年，规划建设用地面积为38178.3平方米，成交价格为6.8亿元。

也有不少房企披露近期未拿地。以万科A为例，公司日前公告称，自2023年11月销售简报披露以来，公司无新增开发、物流地产项目。

## 隆基绿能携手蔚来 打造光储充换一体站

● 本报记者 刘杨

1月3日，隆基绿能与蔚来联合宣布签署战略合作协议，旨在共同推动充换电站使用光伏发电绿色清洁能源，打造行业领先的光储充换一体站，并在推进分布式光伏耦合V2G车网互动、建立“出行碳中和”等相关行业标准等方面展开合作。隆基绿能表示，未来将与蔚来共同携手开创更多全新的“出行碳中和”场景，全面助力交通出行系统的能源基础设施朝着更加清洁、更加绿色、更加低碳的方向发展。

共同研发和推广光伏充换电站

根据协议，双方将在充换电站使用光伏发电智慧能源系统和建设分布式光伏耦合V2G项目和建设“出行碳中和”相关行业标准等方面展开合作，共同推进充换电站基础设施使用清洁能源。

在前不久结束的《联合国气候变化框架公约》第二十八次缔约方大会（简称COP28）上，包括中国在内的190多个《联合国气候变化框架公约》缔约国达成协议，首次将“摆脱化石燃料”写入文本，呼吁缔约方尽快实现净零排放。这意味着，包括交通领域在内的全球净零排放进程必将加速。

交通领域一直是全球碳排放的“两座大山”之一。根据国际能源署（IEA）发布的数据，2022年全球交通碳排放超过84亿吨，约占全球总碳排放的23%。其中，2022年中国交通运输领域碳排放总量约为12亿吨，特别是公路运输，目前占全国交通运输碳排放总量的85%以上，是交通碳排放的主体和减排重点。

近年来，随着环保意识的提升和技术的进步，电动汽车正逐渐成为人们出行的新选择。蔚来作为高端智能电动汽车企业的代表，通过产品和技术研发投入，为用户提供高性能的智能电动汽车与良好的用户体验。

蔚来董事长李斌表示：“蔚来与隆基绿能的此次战略合作，将推动光伏发电在汽车行业的进一步普及，让更多的新能源车使用光伏这种绿电作为主要的能源来源，为智能电动汽车产业的高质量发展贡献力量。”

隆基绿能董事长钟宝申说：“双方签署战略合作协议有三个方面的重大意义。首先，从‘碳中和’的角度看，这将成为发电侧与用电侧围绕‘出行碳中和’打造‘全球碳中和’的典范。其次，双方的合作不仅是各自技术创新成果形成的合流，更是模式创新结出的硕果。最后，从各自所处行业来看，双方的牵手将为行业带来更多基于应用场景的新思路与新方案。”

首座HPBC光伏换电站已投运

值得一提的是，隆基绿能与蔚来合作的首座HPBC（Hybrid Passivated Back Contact，复合钝化背接触）光伏换电站现已投运。

据隆基绿能介绍，该电站采用隆基绿能基于高效HPBC电池技术打造的新一代组件Hi-MO X6。该组件产品正面无栅线，无金属电极遮挡，发电性能更优，可有效提升组件抗隐裂能力，也更加美观，还可以满足不同建筑设计风格，融洽和谐地搭配多元化场景。

在这座电站中，隆基绿能Hi-MO X6组件通过量身定制的BIPV（建筑光伏一体化）解决方案与蔚来领先的换电站技术进行了融合，实现绿电出行的同时保证了安全可靠、装配式交付以及经济性。

以此为起点，隆基绿能表示，未来将与蔚来共同携手开创更多全新的“出行碳中和”场景。钟宝申表示：“未来，双方必将在光伏+充换电基础设施、V2G系统解决方案以及‘出行碳中和’相关行业标准方面碰撞出更多火花，全面助力交通出行系统的能源基础设施朝着更加清洁、更加绿色、更加低碳的方向发展，也让广大的新能源汽车车主畅享绿色、零碳新生活。”

## 站上AI大模型风口

# 智能学习机赛道迎发展新格局

● 本报记者 彭思雨

1月3日，网易有道在有道“子曰”教育大模型创新成果发布会上发布多款具备大模型能力的新产品，有道AI学习机X20正式发售。当前智能学习机市场掀起AI升级之风，一些有技术能力的科技公司正打造具备大模型教育应用的全新产品，没有大模型能力的产品正逐步被市场淘汰。

机构认为，随着未来教育环境的不断变化，以及教育在线化、AI技术迭代等外部驱动，学习机有望再次成为热门产品。2023年起，科技系、教培系厂商发力，市场竞争格局有望打开新局面。

大模型技术加持

近期，多家教育科技公司发布具备AI大模型技术支持的学习机新品。1月3日，网易有道发布有道AI学习机X20，8G+256G售价5999元，16G+512G售价7999元。

网易有道学习机产品经理高慧端介绍，这款学习机主打“三合一”功能：一是搭载基于“子曰”教育大模型的两款应用“小P老师”AI家庭教师 and Hi Echo虚拟口语私教，前者提供全科全科随叫随到式家教服务，后者提供一对一英语私教练习；二是作为一款学练机，其汇聚了网易有道十七年来积累的英语教学内容资源和外部合作教学资源；三是作为类似电脑的设备，提供打

字、编程等练习。

2023年12月19日，学而思发布学习机新品xPad2 Pro系列，14英寸机型xPad2 Pro Max首发价8599元，12.35英寸机型xPad2 Pro首发价6599元。两款新品均以学而思九章大模型作为“AI芯片”，整合学而思教学内容，提供数学学科的自动解题、复杂应用题的批改、语文英语的作文批改、个性化的AI分步骤讲题等功能。

大模型已被学习机赛道公司视为重要机会。网易有道CEO周枫对中国证券报记者表示，大模型发展目前最重要的就是加快落地应用，在教育行业的应用潜力非常大。“网易有道参与的速度还比较快，我们在2023年花了一整年时间完善大模型应用，这次在升级大模型的同时推出集AI教育应用成果于一体的学习机硬件产品。公司将加快新产品落地的节奏，预计2024年春节后将再次发布多个新产品。”

学而思学习机负责人赵璞铮表示，传统学习机很多是“拼凑的内容+过时的硬件”，大模型能力正在淘汰这种模式，为学生提供极致流畅的学习过程和双向互动。

目前，市场上的学习机产品价格差别较大。网易有道、学而思、小度、科大讯飞几家科技公司主打高端学习机，不仅将公司开发的教育大模型能力嵌入其中，还具备更多海量深厚的学习内容资源。在最新AI技术的加持下，这些智能学习机产品价格通常不菲，基本在

5000元以上。而步步高、阿尔法蛋、小猿、读书郎、优学派等公司现阶段的智能学习机价格相对较低。

高端新品越来越受市场青睐。产业研究机构洛图科技此前发布的《中国学习平板线上零售市场月度追踪报告》显示，以步步高、小霸王、优学派等为代表的传统教育硬件企业市场份额渐渐被以小度、科大讯飞、小猿为代表的新兴科技企业抢占。从2022年一季度到2023年二季度，中高端产品（4000元-5000元）市占比已从5.9%增长到28.1%；高端产品（5000元以上）的市占比从5.8%增长到12.8%；低端产品（2000元以下）市占比从74%下降到了41%。

业内人士认为，高端市场份额的增长主要是由近几年新进入的科技品牌所带动。他们在初期选择了传统教育硬件厂商的主流价格段，随后利用其独有的技术或资源布局中高端。

产品效果更加重要

“智能学习机不智能”使过去市场上的学习机产品备受诟病。当前，AI大模型正助力智能学习机“智慧升级”。

“2024年会是AI大模型应用爆发的元年，教育应用同样会加快迭代，实现1-2个月一次的迭代速度，这远远超越传统教育硬件产品1-2年升级一次的速度。”高慧端表示，打造“超级应用”是网易有道在大模型浪潮下重要的布局思路，目