

营收持续下滑 博西家电行至“十字路口”

中经记者 方超 石英婧 上海报道

在全球最大家电消费市场，“家电巨头”博西家电(BSH)正遭遇营收“四连跌”。

日前，博西家电对外发布2025财年数据，实现营收150亿欧元，在调整汇率影响后较2024年下滑1.6%。2024财年，博西家电营收为153亿欧元。

《中国经营报》记者注意到，

国际营收版图表现不一

根据博西家电营收版图，这家家电巨头在欧洲、北美等市场营收均处于增长状态。

相关资料显示，博西家电是全球领先的家电制造商之一，同时也是欧洲最大的家电制造商，坐拥博世、西门子等多个知名品牌。该集团历史可追溯到1967年，当年，博世公司与西门子公司合资成立博西家电。自2015年起，博西家电作为博世集团全资子公司独立运营。

在业绩表现层面，近年来，博西家电营收一直在150亿欧元上下波动。按照博西家电此前公布的财务数据，2022—2024财年，营收分别为159亿欧元、148亿欧元、153亿欧元。

2025财年，博西家电营收约150亿欧元，调整汇率影响后较2024财年下降1.6%，但按当地货币计算同比增长2.8%。根据博西家电营收版图，这家家电巨头在欧洲、北美等市场营收均处于增长状态。

其中，2025财年，博西家电在北美地区取得增长，按当地货币计算营收增长超过5%（受美元汇率影响，按欧元计算营收增长0.4%）。在欧洲地区，博西家电也实现了1.2%的增长，在土耳其、中东、印度等新兴市场地区，博西家电增长2.3%，按当地货币计算增幅达24%。

具体到中国市场，博西家电方面表示，2025财年，受市场持续疲软影响，大中华区营收以当地货币计算同比下降3.2%（受汇率影响，以欧元计算下降7.1%）。在日前举

2025财年，在中国这个全球最大家电消费市场，博西家电业绩下滑。相关数据显示，博西家电大中华区营收按当地货币计算同比下降3.2%，这已是连续四年营收下滑。

“消费者的需求因房地产市场的调整而发生了一些变化，消费因此受到一定影响。同时，公司面临的竞争也越来越激烈。”博西家电首席营销官唐善达日前在业绩说明会上坦言。

行的业绩说明会上，博西家电高层坦言在中国市场面临激烈竞争。

事实上，博西家电在中国市场营收已遭遇“四连跌”。相关数据显示，2022—2025财年，博西家电大中华区营收分别下滑4%、10.5%、4.5%、3.2%。

对于背后的原因，家电行业资深分析师、钊科技创始人丁少将向记者分析称，博西家电在华营收“四连跌”，与其遭受的多重压力密不可分。“中国本土品牌在高端市场的技术追赶与性价比优势，正持续挤压外资品牌的市场份额。”

“博西家电产品迭代节奏未能完全跟上国内消费者对智能化、套系化需求的快速变化。”丁少将分析认为，在渠道变革中，“博西家电对直播电商、精装配套等新流量入口的响应效率也不及本土竞品。”

不过，在研发层面，博西家电仍在加大投入。据悉，2025财年，博西家电研发投入达8.47亿欧元，占全年营收的5.6%，较上一年有所增长。博西家电首席财务官Thorsten Lücke表示：“由研发投入驱动市场领先的创新，是博西家电的增长引擎之一。”

“博西家电的前瞻性投资仍保持高位，达4.63亿欧元，占营收的3.1%，有力支撑了在各个市场的增长战略。”博西家电方面表示，上述投资重点涵盖了数字化、人工智能、IT基础设施安全升级、客户服务、市场布局及销售等领域。

多个核心品类“冷热不均”

“外资品牌普遍存在‘全球研发主导、中国适配滞后’的结构性矛盾。”

在博西家电营收下滑背后，其旗下多个核心品类的表现也“冷热不均”。

据了解，2025财年，博西家电旗下的烤箱销售额同比增长2.0%，灶具和吸油烟机销售额增长2.6%，其中集成灶烟灶具的增长趋势尤为显著。洗碗机和生活电器品类也均实现增长，分别同比增长2.1%和1.0%。

“作为保障产品使用寿命、提升消费者及零售伙伴满意度关键因素的客户业务，也继续保持增长态势，销售额同比微增0.3%。”博西家电方面表示。

但在传统核心板块——冰洗领域，博西家电营收已进入下滑通道。2025财年，博西家电冰箱、洗涤产品的销售额分别下降4.0%、1.0%。对此，博西家电方面解释称：“这主要是由竞争激烈的市场环境导致，这一影响在大中华区尤为突出，两大产品品类在该区域均呈现销售额下降（趋势）。”

在业内人士看来，除博西家电外，不少外资品牌近年来也遭遇“水土不服”，与未能快速响应中国消费者需求、供应链管理存短板等存在密切关系。

“外资品牌普遍存在‘全球研发主导、中国适配滞后’的结构性

强化品牌差异化定位

“我们会进一步强化博世家电和西门子家电两个品牌的差异化定位。”

记者注意到，博西家电已明确提出将继续加码中国市场。据悉，唐善达日前强调：“我们计划在中国进一步拓展产品的市场份额；我们坚信中国市场未来具有很大潜力。”

“公司在中国拥有集团全球最大的综合性研发中心，几百名研发人员正面向未来开发产品，比如AI与数字化功能。我们将满足中国消费者的新需求，如抽屉蒸箱，这类产品未来也会在全



AWE2026上的西门子家电展台。

方超/摄影

球范围内推出。”唐善达表示。博西家电大中华区高级副总裁兼首席销售官胡博瀚此前也表示：“未来的战略重心，首先在于高端产品和性价比产品两手抓，既要满足高端消费者的需求，也要覆盖更广泛的大众市场。其次，我们会进一步强化博世家电和西门子家电两个品牌的差异化定位。”

在家电市场需求分化特点愈发明显的情形下，博西家电还希望进一步开拓下沉市场。

前置中国等多方面调整。例如，在强化“技术品牌”定位方面，博西家电需在核心品类上建立不可替代的差异化壁垒。”

“将研发与供应链决策进一步前置中国，针对中式厨房痛点开发专属产品。”丁少将同时建议，博西家电主动融入本土生态圈，通过战略合作弥补渠道与营销的响应短板，从“外

资品牌”转型为“具备全球品质的本土化品牌”。

值得关注的是，博西家电近年来已在生态互联层面做出改变。据悉，2025年8月18日，博西家电正式与小米旗下智能家居平台米家联手。“博世家电和西门子家电的全品类优选产品融入米家生态，实现跨品牌的智能互联。”

“我们将进一步深化全渠道布局，特别是渠道下沉。”胡博瀚此前对外透露，“目前，我们在二、三、四线市场的布局已较为完善，但在部分三、四线市场仍有巨大潜力。”

但在消费者关注的产品品质与售后服务方面，博西家电还有待改进之处。新浪旗下“黑猫投诉”网站信息显示，截至4月3日，该网站共有664条投诉中包含搜索词“博世家电”，共有3162条投

诉中包含搜索词“西门子家电”。该网站同时提醒：“搜索数据仅为关键词搜索结果，不代表企业投诉总量。”

对于在华营收连续下滑原因及未来如何扭转颓势等问题，记者日前致电博西家电，相关工作人员表示会记录下记者联系方式，并反馈到其他相关部门。此后，记者亦将采访提纲发送至博西家电官网对外披露的邮箱，但截至发稿未获得进一步回复。

从灾后重建到4A级景区：丹凤桃花谷创出生态保护与乡村融合发展样本

中经记者 王金龙 丹凤报道

正值桃花盛开的季节，陕西省商洛市丹凤县桃花谷已然成为当地游客乃至西安游客热门打卡地。

“今年3月，桃花谷已经从3A级景区晋升为4A级景区，虽然是一字之差，背后却是生态、服务、管理的全面升级。”丹凤县竹林关镇党委副书记、镇长王飞告诉《中国经营报》记者，桃花谷景区地处商洛市丹凤县东南的竹林关镇，森林覆盖率高达92%，负氧离子平均浓度每立方厘米超3万个。春可赏桃花，夏可避暑，秋可观红叶，冬可玩雪，四季皆景。

然而，桃花谷这家国家4A级景区建设背后，却是源于一场自然灾害。2010年“7·23”特大山洪泥石流让丹凤县竹林关镇满目疮痍。

经过十余年的建设，从避灾搬迁、水土治理到产业培育、旅游富民，陕西省丹凤县竹林关镇已经探索出一条“水土保持生态治理+乡村产业+旅游观光”的融合发展之路，桃花谷景区也发展为全国灾后生态重建与乡村振兴融合发展的典型范本。

一场灾害催生的治理转向

“如今的桃花谷已经成为丹凤县乃至陕西省性价比最高的旅游打卡地，仅仅清明节假期就接待游客超过7万人。”桃花谷负责人柯贻告诉记者，目前，桃花谷景区虽然已是4A级，但是并不收取门票费用，也不存在其他费用。不过，这里的景色却是美不胜收，除了桃花之外，在节假日还有丰富多彩的节目。

然而，追溯桃花谷建设历程却不难发现，其源于一场自然灾害。在2011年以前，桃花谷乃至整个竹

一座景区的生态答卷

洪水无情，人有情。灾害发生后，陕西省迅速启动应急响应和灾后重建。然而，决策者很快意识到，单纯的工程修复无法根治隐患。若继续沿袭“受灾—重建—受灾”的老路，下一次暴雨仍将是灾难的重复。

因此，在陕西省省委政府的指导下，当地政府确立了“变灾害治理为生态建设、变单一—修复为融合发展”的思路，整合水利、林

4A级景区背后的乡村振兴密码

2015年，桃花谷景区获评国家3A级旅游景区；2023年，正式跻身国家4A级旅游景区行列。从一片泥石流废墟到4A级景区，竹林关镇的蝶变并非一日之功，其背后是一条可复制、可推广的融合发展路径。

“想要实现生态‘变现’，首要任务就是产业融合。”王飞告诉记者，桃花谷景区以“春赏桃花、夏品

林关镇是一个经常遭受暴雨、山洪及泥石流等自然灾害侵袭的地方。

“2010年7月23日凌晨，竹林关镇后山的打柴沟方向传来闷雷般的轰鸣。短短几小时内，暴雨就裹挟着巨石、泥沙和断木的泥石流，直冲镇区。”竹林关镇竹林关村党支部书记徐海林在桃花谷景区指着一处破败的建筑向记者表示，当时，这里是某企业的房子，洪水之后就变成了如今的样子。记者看到，该建筑物整体有一半埋在泥土之下，可

业、国土、文旅等多方资源，实施系统性治理工程，修建拦沙坝、排洪渠、护岸挡墙等设施，消除地质灾害隐患。

“记得当时整个竹林关镇是受损最为严重的地方，很多群众都没有住的地方，现在看到村里的变化，还是要感谢政府当年的高瞻远瞩。”竹林关村一位村民回忆称，竹林关镇属于秦岭深处，在2010年之前，洪涝灾害频发，根本无法根治。

鲜果、秋观红叶、冬享民俗”为四季主题，将水土保持示范、科技观光、休闲采摘、民俗体验融为一体。

据了解，目前，景区累计接待游客超过百万人次，不仅创造了就业岗位，还间接带动了当地群众的经济收入。竹林关村的一位受访村民向记者算了一笔账：“以前种坡地一年挣不到一万元，现在在景

区附近摆个小摊卖点土特产，加上自家农家乐，一年能挣五六万元。”

除了村民借助桃花谷景区解决收入问题之外，政府部门也在积极推进桃花谷景区的发展，每年春季都会举办“桃花节”，已成为区域性文旅IP，带动周边餐饮、住宿、交通等关联产业同步增长。

据王飞介绍，在桃花谷景区的带动之下，与2010年相比，竹林关镇农民人均纯收入从不足4000元增长至2025年的万余元；村集体经济从几乎为零发展到年均收入20万元以上；水土流失治理率达到90%以上，森林覆盖率提升至65%。一个“生态好、产业兴、百姓富”的新竹林关，已然成形。

因此，为了一劳永逸，当地政府依据“山顶戴帽子、坡地系带子、沟道穿靴子”的立体防护理念，构筑起三层防线。山顶封育治理，涵养水源，种植水土保持生态林数百公顷，主要树种为侧柏、龙柏、油松、白皮松；坡地则采用阶梯工程搭配经济林，建成特色产业园133公顷，栽植桃、樱桃、葡萄、连翘等；沟道则修建排洪渠、拦沙坝，形成层层拦蓄、节能降耗的防护体系。

现在看来，当时摒弃单一灾后

修复思路，转向“水土保持生态治理+乡村产业+旅游观光”的融合发展思路，是解决竹林关镇频受洪涝灾害困扰的最佳方案。王飞告诉记者，整个竹林关镇目前已经基本完成了当初定下的生态环境修复目标，桃花谷如今也发展为国家4A级景区，从根源上回答了“如何让群众搬得出、稳得住、能致富”的命题，为乡村振兴打下了坚实的基础。



丹凤县桃花谷景区入口。

王金龙/摄影

与此同时，竹林关镇依托陕西省推行的陕南移民搬迁政策，将地质灾害隐患点的群众迁移至安全地带，统一规划建设移民安置社区。同时，为了解决群众的就业以及生活，政府引导移民户利用安置房开办农家乐、民宿，参与景区服务，昔日“靠天吃饭”的山区农民，开始吃上“生态饭”“旅游饭”。

近年来，丹凤县按照文旅融合发展的思路，经过不断完善基础设施，增添新的景观小品，桃花谷已然实现了从“灾区”到“景区”的根本性转变。昔日山体破碎、河道淤塞的受灾区域，如今已是山青水秀、桃花满谷的生态画卷；过去灾害频发、令人望而却步的风险之地，如今蝶变为功能完善、游客纷至沓来的国家4A级旅游景区。