

空调遭遇“桑拿天” 疯狂销售“乐翻天”

进入7月份以来,由于气温不断攀升,引发了河南空调市场销售的井喷。记者从格力、美的、海信、海尔、科龙、格兰仕、志高、奥克斯等空调企业了解到,由于持续的高温,空调旺销使很多型号的空调都出现了卖断货的情况,特别是能享受到国家节能补贴的一二级能效空调和省电节能的变频空调,销售十分火爆。

晚报记者 李无双/文 赵楠/图



高温让空调销售“井喷”

持续的高温酷暑,让空调产业收获了一个意外的救赎机会,使得空调业赢得了市场放量、利润率提高和产品结构顺势调整的多重利好。

“进入2009年以来,格力空调已连续七个月蝉联关注度冠军,并稳稳占据超过50%的关注度。”河南格力副总经理付耀东告诉记者,互联网消费调研中心(ZDC)公布了6月国内空调市场最受消费者关注的十款空调产品排行榜。格力空调领先优势日益明显,不仅占据了十强中的七个席位,而且囊括了关注度冠、亚、季军。

“仅上周六一天,美的在整个郑州地区的销售就达到25000多套,创下了行业销量新纪录。”据郑州美的空调总经理张松介绍,变频空调也出现了卖断货的情况,销售占比达到30%以上。

格兰仕空调河南分公司总经理汤晓明表示,据中怡康数据显示,格兰仕空调1P空调的市场份额连续数月稳居在35%左右,1P和1.5P的市场份额稳定在20%左右,成为空调阵营中“节能惠民”的最强音。

针对高温,奥克斯6月中旬专门推出的“我的团购我的团”大型促销活动,掀起了一股股销售热浪,河南各地出现了销售断货的景象,再度显示出消费者对于奥克斯空调的青睐和追捧。奥克斯空调河南总经理陈明亮表示,奥克斯“我的团购我的团”促销活动,全面引发了城市空调市场的销售热潮。产品种类也覆盖了奥克斯旗下的健康空调、变频空调和高能效变频等全系列产品。除了价格优惠,还有丰富的买赠促销活动,买一赠多让消费者享受一个超爽夏天。

海信科龙郑州分公司陈正伟提供给晚报的

数据也显示,该公司空调6月份总销量同比增长了21%。他告诉记者,海信科龙已有多个型号缺货,目前已招募600多名一线工人,工厂正处于24小时赶工状态。

中国家电问题研究、品牌和危机管理专家庞亚辉分析指出,让空调销售激增的原因除了全国大部分地区连续出现的高温天气,释放消费者对空调的刚性需求,同时国家密集推出的利好政策刺激空调销售,对于高能效空调的补贴政策细则出台让消费者和空调生产企业等多方受益。

差异 让空调销售“高效”

山雨欲来风满楼。空调号称是中国家电市场最后一块肥肉。北有海尔、海信,南有格力、科龙、美的、格兰仕,更有号称“价格屠夫”的奥克斯虎视眈眈,如何在厮杀中一马当先,是摆在众多企业面前的新课题。

“渠道模式取决于市场需求。”河南格力副总经理付耀东指出,格力专卖店销售贡献率80%,格力的市场份额将达到50%。

格兰仕提出“高能低价+零库存”来打造差异化优势,据格兰仕空调河南分公司总经理汤晓明透露,高能、是格兰仕看准了国内空调市场发展趋势并与国情相结合后,在考虑性价比的基础上实现“二级”高能效;低价格,在原材料低成本采购的基础上,采取合理的低价策略,实现厂商与消费者共赢;“零库存”战略则帮助格兰仕避免了能效标准出台、市场需求下滑带来的风险,同时也避免了老牌空调品牌所面临的经销商“叛逃”的尴尬。

汤晓明告诉记者,可以说,“二级能效5级价格”战略因为顺应了市场需求和国家政策导

向,而令格兰仕逆势取得市场佳绩;而“零库存”战略则最大限度避免了金融危机带来的市场风险,不仅让厂家和经销商有了生存空间,也成为“二级能效5级价格”战略实施的必要条件。

而科龙空调在节能水平领先优势的基础上,强化健康技术和外观创新。海信科龙郑州分公司陈正伟说,变频空调作为定速空调升级换代的替代品,市场前景十分广阔。2009年,海信空调继续强化其产品快速制冷、精确控温、湿度控制、静音、抗菌等能够提升舒适度的各项性能。其“鼎”系列直流变频空调在“舒适性”方面,堪称业内一绝,成为高端产品的新标杆。

奥克斯于今年初陆续推出的一呼百应,清仓换货“空调进城,3重补贴”及“我的团购我的团”等一系列主题营销活动,有效地结合不同阶段的市场热点,通过“积极灵活,以点带面”的营销战略布局,有效地满足了不同市场的消费需求,实现了对城乡和农村市场的全面覆盖。奥克斯空调河南总经理陈明亮表示,除了产品质量过硬、售后服务完善,奥克斯空调的节能、健康两大特色功能也非常突出,独创的“健康节能复合”功能,满足了不同消费者需求。奥克斯的“空调进城,3重补贴”促销活动的推出,同样一款1.5P空调,奥克斯最多可七折优惠,消费者独享来自国家、企业、商家三方面给予的让利。

庞亚辉认为,格力、美的、格兰仕、奥克斯专门针对消费者,推出的特色产品和主题促销,为消费者在购买价格和产品性能两方面提供了一个可以综合比较和选择的平台,也开创了国内空调市场促销的先河,确立企业的领导地位。

李无双

海尔掀起“以旧换新节能”风暴潮

从本周末起,海尔“以旧换新”家电惠民行动将全面启动,包括电视、洗衣机、空调、冰箱等家电产品。凭借不同的产品性能,海尔节能产品为消费者从多角度阐释了完美住居的解决方案。用户可以通过直接拨打家电回收公司电话,便会有专业人员上门收购并现场鉴定折价,折价确定后由旧家电回收公司现场发放折价费用,并赠送海尔“旧家电折价抵用券”,用户在指定活动卖场凭该券购买以旧换新型号时,便可享受到海尔家电相应金额的“以旧换新补贴”。

据海尔集团相关负责人分析,普通电视机的使用寿命是10~12年,液晶电视机的寿命是7~10年,冰箱的使用寿命是8~10年,洗衣机的使用寿命是6~8年。除了存在安全隐患,超期服役的家电产品很多是高耗能、含氟含毒、不环保的产品,加之这些旧家电随着使用年限的增加存在漏电、漏气的危险,而门封不严等增加耗能的问题也会越来越明显,显然不符合如今“节能减排”的环保要求。

海尔率先在以旧换新行动中掀起“节能风暴潮”,以图以其整套家电优势和绿色节能优势,来打造消费者“绿色环保节能”的生活方式。海尔卡萨帝意式三门冰箱,不仅拥有欧洲流行的不锈钢外观,其抽屉式设计很人性化,分区合理,只要拉开抽屉就能拿出要吃的鱼肉。海尔智能调速省电空调,它比普通空调省下59%的用电,与普通五级能效空调相比,一个月下来就能省出将近80度电。

李无双

朱言辣语

事件:美的6000万售出三湘客车

25日,美的集团与比亚迪签署协议,终于以6000万元的价格把旗下美的三湘客车厂100%的股权出售给比亚迪。

点评:汽车业并不好玩,多家企业几年前就观望汽车业的高利润一股脑儿去造车,但是如今几乎悉数退出,即使聪明如美的,还是最终与汽车业划清界限。而比亚迪收购美的三湘客车以后,不仅一举获得客车生产准生证,也将大大增加比亚迪在汽车领域的综合竞争力。

事件:长虹拟发债融资30亿

根据四川长虹的相关公告,本次公司发行的30亿元分离交易可转债,每张面值100元人民币,申购单位为每手10张,发行数量为300万手,每手四川长虹分离交易可转债的最终认购人可以同时获得公司派发的191份认股权证,公司总计将派发认股权证5.73亿份。

点评:最近三年,四川长虹实现主营业务收入分别增长24.54%、22.16%、20.65%。公司综合毛利率保持稳定。在本次债券上市前,四川长虹期末的净资产为89.87亿元,因此,三个会计年度实现的年均可分配利润为2.25亿元,预计不少于本期债券一年利息的1.5倍。

事件:微波炉辐射范围可达7米

据《大洋网》公布家电辐射排行榜显示,微波炉为第一位,其次为电热毯,第三位是加湿器。

点评:在此提醒消费者,尽量远离电磁辐射源,除了微波炉辐射范围可达7米外,一般距离1.5米以上就基本安全了。不要把家用电器摆放得过于集中或经常一起使用,特别是电视、电脑、电冰箱不宜集中摆放在卧室里,以免使自己暴露在超剂量辐射的危险中。

事件:手机连锁面临洗牌

27日,迪信通公布2009年上半年通信连锁调查报告显示:国产手机出现消费升级、通信连锁重新整合、市场两极化等特点,2009年手机连锁市场迎来关店潮并正在面临新一轮洗牌。

点评:通信连锁通过更专业的服务以及和手机厂商的合作,虽然在2009年上半年出现关店趋势,但市场份额并未出现下滑,某些通信连锁通过关闭一些效益不好的门店,通过收缩战线,缓解危机,也是根据市场需求随机应变。

事件:万和入选中国采暖十佳

27日,在“2009年度中国采暖行业十佳品牌评选”颁奖典礼大会上,万和获得“壁挂炉十佳品牌”和“创新产品奖”两项殊荣。

点评:本次评选万和能从数百家参选企业中脱颖而出,绝非偶然。作为国内生产规模最大的燃气具专业制造企业,将燃气采暖热水炉(壁挂炉)视为大力发展的战略产品之一,通过加强技术研发,不断进行产品创新,在行业内位居领先地位。

长虹电视包揽“节能、绿色”奖项

7月22日,在“2009年二季度中国电子信息产业经济运行暨彩电行业研究发布会”上,长虹电视一举包揽了行业全部绿色最高奖项,其中PT50718获得健康环保之星,乐教720系列获得节能之星,LT47810FU被授予最佳推荐之星。

据悉,获得最佳推荐之星的长虹810乐教电视采用航天、军工电源,超低待机功耗小于0.08瓦,小于国家1瓦绿色待机功耗的指标,实

现了安全、可靠的“防火墙”功用,有效防止雷击造成大面积损坏,电流电压突变引起过压过浪涌电流损坏,长期待机元件过热引起火灾隐患等。

乐教720系列电视采用业内最新的AMVA8倍高清技术,透光率提高50%,温度降低50%;军工电源省电50%,成为行业名副其实的节能之星。

国家数字音视频产品质量中心副主任张

搜索”、“已下载节目删除”等三个功能。

不少已购买TCL互联网电视的用户,对自动升级非常满意。“头一次听说买回家的电视还能升级,让人觉得值。”郑州的吴先生在向朋友描述时,“哇!我还是第一次见到电视也能升级,而且多了新功能,实在是太棒了!”

据研发人员介绍,此次升级只是TCL互联网电视后台升级的开始,今后随着时间的推移,会不定期启动后台升级,让用户体验到更

多数字互联时代的快乐。已选购TCL互联网电视的用户,今后在家里就能轻松升级,与最新科技保持同步,功能会越来越强,再不用担心电视过时了。

郑州分公司,更是针对互联网电视用户的需要,除进行价格让利外,还提供40英寸自然光液晶电视3999元的普及价优惠。赶快买回一台互联网电视,与家人一起在暑期畅享网上电影冲浪的快乐吧!

李无双

普降2000元,TCL引发互联网电视热

日前,TCL宣布,即日起,在全国范围内,TCL旗下三大系列的互联网电视产品全线优惠,平均优惠幅度高达2000元,掀起了新一轮彩电升级换代热。

作为全球领先彩电企业,TCL将彩电行业带入了智能升级时代。7月23日凌晨,位于深圳的TCL彩电研发中心,郑重开启“互联网电视”后台自动升级系统。用户连接网线即可实现轻松升级,此次升级新增“在线观看”、“在线