

新亚龙都旗舰店16日“开颜”

位于二七商圈中央黄金地段(二七塔北50米,正弘国际对面)的新亚手机连锁龙都旗舰店将于1月16日盛大开业,为庆祝开业及迎接春节,新亚推出系列大型促销活动,其中包括“手机免费用七天”。开业前三天更有多重惊喜,低价购机并送各种豪礼。本周末,新亚还将举行迎开业系列特惠活动,现在就可以登录新亚网站www.zgxinya.com参与答题活动即可获得新春大礼,还可参与新机免费试用及手机竞拍活动。届时,购机顾客还可参与抽大奖活动,一等奖为29英寸彩电,二等奖为微波炉……另外还将推出近20款超特惠手机,如,诺基亚1200仅166元、摩托罗拉W156仅146元等等。 钟飞

长虹平板元旦开门红

经济寒冬下,元旦3天的火爆销售大大出乎前期大部分业内人士关于家电市场的消极预测。来自元旦后最新的数据显示,家电市场较去年元旦不降反升。其中,长虹公司推出的等离子系列平板电视更是成为元旦市场的“明星”产品。据了解,以900.618等为代表的高清等离子电视的销量超过200%,率先迎来新年平板的开门红。

中国电子商会副秘书长陆刃波分析后指出,长虹等离子电视能够成为元旦市场的差异化产品,关键在于主动迎合了目前越来越多消费者的切实需求。相信,以长虹为首的国产等离子厂商不断推出价格更低、性能更优异的等离子电视,无疑将促进市场竞争,让消费者成为最终受益者。 唐丽华

旗手迪信通,2008“快镜闪回”

迪信通的2008年,是不平凡的一年!

年初的雪灾第一时间,迪信通免费“移动爱心报平安热线”涌热流;5·12汶川地震第二天迪信通率先向红十字会捐款100万元;北京奥运会迪信通组织的奥运英语培训及为外宾优质的服务,佳话频传。6月,日系手机尝试在中国市场的卷土重来,夏普9010C由迪信通独家包销;8月、10月,迪信通广东分公司和广东移动战略合作,实施了“沟通100服营厅自建他营”项目,迪信通昆明分公司和昆明移动联手推行了“心机常态化销售平台”项目;12月,由权威网站人民网“2008年手机行业最具影响力企业”评选中,迪信通与诺基亚、摩托罗拉、三星、联想等国内外知名手机厂商一同分享殊荣,成为手机终端零售企业中的一枝独秀……

金牛呈祥!牛气冲天!迪信通舞动2008!腾飞2009! 钟飞

高精尖频出 志高谋定2009

岁末年初,志高空调全面打响了主题为“变频比真功,新年送健康”的大型推广活动(2008年12月起-今年2月9日)。志高此次主推的热销精品为数码三超王、北奥之光、丽人之光、安睡宝及智能变频三超王、智能变频北奥之光等佳品。“智能变频三超王”系“变频比真功”擂台赛的“擂主”产品,其以能效比7.40、噪音值20分贝刷新了节能、静音两项世界纪录。而智能变频北奥之光,其待机能耗仅为1瓦,比常规空调待机省电达70%以上。

“我们同时启动了‘放心服务大行动’,即购志高变频新品,自购机之日起三个月内,出现任何非人为因素质量问题,志高都将无条件退换。”志高空调相关负责人透露。 唐丽华

非常郑州网友“山寨”元旦晚会

从“山寨手机”到与CCTV叫板同步直播的“山寨春晚”,“山寨”文化已成为2008年最流行的网络文化之一。2009年1月2日晚8点,郑州网民迎来了首场本土化“山寨”元旦晚会。200多位来自郑州各区的网友集聚花园路的夜色酒吧,非常郑州网站的人气王们也都来到了现场。欢快、自由、轻松的氛围贯穿了整台晚会。本次“山寨”版元旦晚会由非常郑州(www.veryzz.cn)网站组织并发起,晚会消息于去年12月22日在网站发布后,立即受到了广大网友的关注与支持,晚会帖子浏览量万余人次。

网站活动是人们寻找一种简单而轻松的调节方式,来自不同的城市,不同的人群,在这里得到了包容和理解。 乐乐

回首2008年,我们会多少的欣慰与辛酸、希望与失落呢?一年的洗礼之后家电业更加成熟但到底成长了多少呢?我们走过并留下了哪些脚印?让我们用“闪回之镜”重现、品味2008年那些不得不说的“事件”,那些能在家电业发展的长河中留下的波光点点……

晚报记者 吴超/文 吴琳/图

2008年中国家电业热点回眸**事件:国美电器曲线收购三联商社**

新闻回放:2008年2月15日,三联商社(600898)2700万股流通股被山东龙脊岛有限公司拍得。16日,拍得三联商社股权的山东龙脊岛有限公司被国美电器收购,成为国美全资子公司;7月29日国美再次出手,通过其“影子公司”北京战圣投资有限公司以5.94元/股的价格将三联集团持有的三联商社2276万股限售流通股“拍”入囊中,从而成为三联商社大股东和实际控制人。

记者点评:尽管国美电器如愿替代三联集团成为了三联商社的绝对大股东,但国美和三联之间的恩怨似乎并未完结,因为国美真正运营三联商社还需要理顺很多关系,而三联商社令人眼花缭乱的股权之争,遮蔽了许多重组的实质性问题,所以这些问题将随着重组的进程而日益凸显出来,使得双方对三联商标权以及上市公司相关资源的分歧之大依然如鸿沟之阻……显然,三联集团不会像国美希望的那样,把商标权拱手让出;而国美肯定也不愿意入主的三联商社是一座“空城”。

事件:格兰仕与美的大打“口水大战”

新闻回放:2008年7月份,美的公布中怡康上半年微波炉数据显示,截至2008年6月,美的微波炉市场份额连续10个月超过40%,随即格兰仕指责美的制造市场占有率虚假业绩,以此误导股民。

记者点评:如今出现在家电企业之间的“口水战”,几乎毫无学术争论的成分,也无真实性推动的初衷,相反,商业性、功利性的味道更浓厚。说实话,从内心而言,企业间的口水战应该是反感多于喜欢。因为,几乎每次口水战都以不了了之来收场,最终“受骗”甚至“受伤”的还是普通消费者。希望家电企业应尽快从“价格战”、“口水战”向“价值战”转型,从根源上提升企业的竞争实力。

事件:豆浆机因祸得福

新闻回放:“毒奶门”事件使消费者对牛奶的青睐纷纷转向了豆浆、米糊等液态营养品,豆浆机这类食品加工机因祸得福,市场销量大增,被称为“养生电器”的食品加工机行业格局也在资本的追逐和支撑下形成。

记者点评:“毒奶门”事件引爆豆浆机市场,带来机遇与利润的同时,也加剧了该行业的竞争。因为产业资本追捧豆浆机,主要与其他产品相比,毛利率相对较高,可达20%以上。然而,“毒奶门”事件带来的短期热销,并不代表市场的真正需求,众多既无品牌优势也无生产规模优势的企业一拥而上,可能重蹈1998年饮水机热、2001年洗衣机热、2004年空调热的覆辙。

事件:家电下乡扩大内需

新闻回放:2008年12月份,财政部、商务部联合下发了《家电下乡推广工作方案》,实施省份从原来的山东、河南、四川扩大到14省市,下乡的产品在原有的彩电、手机、冰箱(冷柜)的基础上增加了洗衣机。此次家电下乡政策覆盖了全国53.3%的农村人口,达到3.93亿人。

记者点评:从中长期来看,家电下乡的长效性和农村改革趋势的明确性,使得农村家电市场的成长空间极大,但就短期而言,在目前宏观经济下行和中小企业生存压力加大的背景下,农民外出务工收入大幅减少且预期悲



观,考虑到我国农民消费的保守性特征,农村家电市场的真正爆发应在我国对农村的各项政策具体落实、农民增收有初步成效且对未来预期趋于乐观之时。因此,如果寄希望于农村市场突然出现爆发性增长,从而拉处于困境中的中国家电行业一把,恐怕是不现实的。

事件:平板电视价格一路狂降

新闻回放:2008年上半年的价格战由合资品牌挑起,降幅高达30%左右,几乎与国产品牌站在了同一价格水平线上。面对合资品牌“价格利器”的节节逼近,下半年国产品牌主动宣战,在全国范围内接连发动大规模的降价攻势,32英寸平板电视价格已降至3000元以下,42英寸平板电视价格下降至5000元以下,而在这一回合,合资品牌却显得颇为滞后。

记者点评:尽管平板生产企业一致预言,2008年全年都将是彩电旺季。但中外平板残酷的结果是没有赢家,而消费者却为之深深受益。因此,随着液晶面板价格的继续走低,2009年的平板电视无休止的价格战还会持续,而平板电视的价格体系将走上崩盘的结局,如果中国平板市场真的倒下一两家,那么,彩电企业的冬天很可能就真的到了。

事件:家电企业频发人事“地震”

新闻回放:2008年12月5日海信科龙总裁王士磊个人原因辞职,由今年4月始正式加盟科龙的原西门子冰箱总裁周小天接任;8日,美的冰箱总裁李士军离职,由原洗衣机副总裁王建国担任冰箱总裁;12日,海尔电器财务总监、合资会计师及秘书叶伟明因寻求其他事业发展计划而辞职;此前,TCL集团高级副总裁、通讯CEO刘飞改任旗下阿尔卡特品牌业务总裁,执行董事王道源接替刘飞出任CEO。

记者点评:整整一年的低迷态势和金融危机之下对后市的悲观态度,令家电企业纷纷在年关将近之时选择对高管进行换血。尽管业内人士猜测,在“业绩为王”的家电业,业绩的不尽如人意是高管走人的重要原因。而在目前金融危机的影响之下,备受冲击的家电行业也需要寻找合适的人选化“危”为“机”。

事件:1500万空调库存

新闻回放:多雨的凉夏效应使一向“靠天吃饭”的空调销售遭遇“滑铁卢”,2008年空调冷冻年的空调库存高达1500万台。随着能效升级、出口受阻、内需低迷等一个个市场利空因素的相互堆积,2009冷冻年度空调价格战在所难免,并且比以往任何时候都要惨烈。

记者点评:2009冷冻年度对空调行业来说,肯定是天寒人祸的一年,很可能将遭遇有史以来最冷的“冬天”,因此,对于空调市场的国产一二线品牌来说,只要能够挺过去,将强者恒强;如果挺不过,或许就要被空调行业除名;而空调能效升级,对我国空调行业而言,无疑是空前的阵痛,相对于能效不达标空调的纯粹价格战,符合能

效标准的空调价格战更接近于价值战,是技术积累、资金实力、品牌力量、销售渠道等综合素质和能力的大比拼,但靠天吃饭的空调还要看老天的脸色,因为今年如果继续“凉夏”的话,无疑,企业将难逃“很受伤”之局,甚至有致命之危。

事件:四大家电连锁齐聚二七商圈恶战

新闻回放:2008年6月21日,苏宁电器郑州二七广场3C+旗舰店震撼开业,五星电器亚细亚店扩容重装后开业,国美的七周年庆典开幕,永乐二七店的周年庆。至此,家电连锁大战全面爆发!

记者点评:苏宁电器宣称进入二七商圈就是为了进一步整合商圈并将颠覆中原家电市场的老格局!于是国美、苏宁、永乐和五星在郑州的攻守之战称为“绿城之巅”的恶战——市场的份额、销量、模式之争,一场场惨不忍睹的血战多年未果。值得关注的是,无论是开业也好,升级也罢还是稳坐市场,都是在二七商圈展开以点带面布点,但目前还没有真正形成一家独大的格局,当前家电卖场的系列动作都是出于牵制对手的需要。

事件:夏新电子退市在即

新闻回放:2008年12月15日,*ST夏新(600057.SZ)发布公告称,夏新电子实际控制人中国电子信息产业集团公司和控股股东夏新电子有限公司确认:已知悉公司目前遇到的财务困难,并一直在研究相关的解决措施,但截至目前尚未有最终解决办法,因此,2009年暂停上市的可能性再增。

记者点评:依据上交所规定,连续三年亏损将被暂停上市。夏新2006年、2007年分别亏损1亿元和8.1亿元,如果今年不能扭亏,就无法逃脱被暂停上市的命运,除非夏新能在三个月内抹平4亿多元的亏损。但从目前看,短短几个月内成了46件诉讼案的被告,涉案金额近3000万元,因此,严重资不抵债的*ST夏新暂停上市基本已成定局。

事件:冰箱市场“冰火两重天”

新闻回放:国家信息中心公布了国内冰箱市场的最新调查数据显示,2008年冰箱市场的总体特征是:品牌集中度进一步提高,本土品牌市场份额高达68.4%。合资品牌的市场份额逐步缩小,前10排名仅剩西门子、松下、三星和伊莱克斯,总体销量缩减到22.85%,而LG则被挤出前十名行列。

记者点评:新品推出过慢,技术创新乏力,价格虚高,是合资品牌竞争不过中国本土品牌的原因,也是其市场萎缩的主要原因。由于合资品牌采取中国设计、中国生产、中国销售的策略,在经济过热时会有崇洋的消费者买一个心理安慰,但现在随着消费理念的成熟,无明显新技术而又价格高昂的合资品牌开始淡出消费者的视线。而以海尔为代表的本土品牌在2008年却不断推出具有全球竞争力的新品,包含了高中低等不同系列的产品,为日趋理性的中国冰箱市场注入了新式竞争力。

