

主持人:朱江华

电热水器市场 谁是未来之主?



朱言辣语



河南永乐生活电器总经理 丁宁



新东泰海尔专卖店总经理 弓永进



《家电商情》主编 张国甫

主持人:近年来,电热水器凭借加热快速、节能环保等特点,发展迅猛,已成为中国热水器市场上的朝阳产业。不过,由于中国热水器发展时间尚短,行业还面临着品牌庞杂、竞争无序、产品安全性难以保证、缺乏行业领导品牌等诸多问题,这些因素也影响了消费者对热水器产品的购买热情。

张国甫:就电热水器市场来说,由于技术含量低,进入门槛不高,全国大大小小的电热水器生产厂家有300余家,在同质化严重的情况下,价格的比拼使得产品的利润日趋见少,靠微薄的利润已越来越难以支撑起企业和品牌的发展。可喜的是,以海尔、万和等为代表的中国品牌用创新技术提升了产品品质,使目前品牌之间的竞争也从单纯的价格战逐步过渡到技术、服务等方面的竞争,这不但促进了中国电热水器产业经营溢价的增幅,提高了中国电热水器产业投资价值,另一方面也使市场日益呈现向品牌集中的趋势。

主持人:消费者对热水器最看重的是安全,这也是近些年热水器企业追求的首要目标。那么,2009年电热水器产品竞争焦点集中在哪里?

丁宁:安全、节能是2009年国内电热水器市场竞争的焦点,而价格因素只是品牌热销的一个原因,今年五一热水器市场显示,消费者对热水器长时间使用是否能保证安全及健康提出了更高的要求,而永乐卖场的销售冠军海尔畅享系列电热水器产品,满足了这些需求,受到了很多消费者的青睐。

弓永进:海尔畅享系列热水器结合3D动态加热与防电墙等领先的技术优势,即以防电墙技术、安全预警技术、金刚三层内胆技术、以及3D动态加热技术、五大节能技术、电话远程遥控技术等组成的“安全进化体系”,引领消费者进入全新的沐浴时代。针对未来消费者对于热水器的要求已不仅局限于家庭

主持人:随着夏季的临近,消费者对热水器都有什么特别要求呢,一项调查报告显示,“热水量大”、“加热速度快”等正成为热水器消费者购买的决策性因素,不知各位对此如何看?

弓永进:海尔基于对数万名消费者使用需求的深入调查,了解到用户对于加热速度、出水量、外观、操作等方面存在困扰,为此研发的解决消费者难题的畅享系列热水器,打破了原有热水器的设计理念,巧妙避开了两种热水器的弊端,通过研发更高效、快速的加热技术,开创出全新的电热水器时代,融合了时尚、美观而且速热、便捷的水器产品,真正满足了消费者更深层次的洗浴需求。

张国甫:随着电热水器市场高端化程度的加深,消费者在产品选择上更加关注个性化的

丁宁:目前电热水器竞争十分激烈,整个行业面临重新洗牌,因此,企业是否应推出有差异化和个性化的电热水器产品才能迅速地占领市场,成为各大品牌探索的话题。在永乐卖场的销售排行榜上,海尔等品牌高端机的持续升温,进一步证明了消费者对行业强势品牌的品质认可。

弓永进:近日,海尔推出的畅享系列六款产品,与市场上的储水式、即热式电热水器相比,畅享系列应用了海尔最新研发的创新科技,其中很多技术完全是业内首创,在热水器市场史无前例,没有足够的科研实力根本无法模仿。

热水供应,日益个性化、人性化的洗浴需求,海尔采用产品创新、营销创新、机制创新三大创新战略,提升供应链的快速响应能力以满足用户的需求,从而带动整个行业向时尚科技转型。

张国甫:对电热水器来说,“安全”永远是首要考虑的因素。一台电热水器的安全性不仅在其本身质量要符合标准,同时还要考虑其使用的特定环境。而我国7成以上的家庭都存在环境用电隐患,即使产品合格的情况下可能发生安全事故。因此,一个品牌只有把消费者的生命财产安全放在第一位才能赢得消费者的信赖。在《家电商情》电热水器调查中,海尔电热水器在安全性方面成为得票率最高的品牌。

表达,即购买自己感觉最好的产品,包含了物质层面也包含了精神层面,海尔畅享系列时尚、个性的创意外观,高效、快速、便捷的洗浴感受,为消费者提供了超越传统电热水器的全新选择,也揭示出了未来高端热水器发展的必然趋势。

丁宁:由于天气越来越热,加热快、水量大,使用更加便利的热水器成为了人们的首选。就拿具有3D动态加热的海尔畅享系列电热水器来说,这款机器实现的极速加热和超大水量,以其优异的性能和稳定的价格赢得了消费者的认可,3天内销售量已达到530台。

事件:海信电器股权激励获批

点评:由于海信电器此前连续三年的高速增长,海信电器的股权激励计划规模又很小,与美的电器2006年11月提出的激励方案规模为1亿股相距甚远——这是海信电器方案顺利过关顺利通过青岛市国资委、国家国资委和中国证监会的审批的重要原因。

事件:国美要造汽车?

在上海国际车展上,国美电器与吉利汽车签署战略合作协议,推出汽车家电双下乡活动。

点评:从长远来看,国美是否联合吉利汽车进入造车行业?引起了家电和汽车行业的高度关注。因为国美对于汽车行业可谓门外汉,纵使资产再强大,贸然进入汽车行业是否存在风险,况且,2009年汽车行业面临前所未有的挑战与困难,此时进入是不是存在时机问题?值得关注!

事件:*ST夏新巨亏7.5亿元

4月30日,*ST夏新公布2008年年报显示,实现利润总额-7.51亿元,面临暂停上市。

点评:退市,还是重组?曾为国产手机领军企业的夏新走到了命运的十字路口。由于此前三年公司已连续出现亏损,因此,上交所将在其停牌后15个交易日做出是否暂停公司股票上市的决定。如在暂停上市一年后仍无法扭亏,*ST夏新将被迫退市。

事件:三联商社“戴帽”了

4月29日,三联商社2008年年报显示,净亏损9432.21万元。

点评:由于三联商社2007年和2008年连续亏损,三联商社从4月30日起变为“*ST三联”。而亏损的真正原因是未建立起独立的业务体系、组织机构,内部管理混乱、内部控制失灵以及供应商对三联商社的支持度明显下降。

事件:家电业净利润下滑30%

奥维咨询的监测数据显示,一季度中国彩电市场零售量为771万台,零售额为270亿元,同比下滑了26%和28%。

点评:内需外需双双出现动力不足,是导致彩电行业大幅下降的主要原因,这使得近5年来彩电市场首季出现产销规模双双下滑。但格力电器、海信电器净利润实现增长,应该是行业学习的榜样。

事件:集成式热水器在万和诞生

在第105届广交会上,万和宣布,燃气+太阳能集成热水器和燃气+空气能热泵热水器将全面上市。

点评:万和成为中国率先推出此项燃气和可再生能源组合集成式热水系统产品的企业,并打破跨国企业在能源集成热水系统领域的技术垄断。借助国际领先技术的能源集成热水系统,万和将打破欧美跨国企业高端热水器领域的控制,从而蚕食更多市场空间和利润,改变世界热水器格局。

事件:松下收购三洋被拖延

4月28日,日本松下公司与三洋电机称,由于涉及美国等地反垄断法的手续还需要花费时间,仍然无法预计松下何时才能收购三洋股票。

点评:收购历来就是一个比较繁琐和复杂的过程,需要走过一系列的法定程序,而业内对公司间的收购也不会仅停留在并购阶段,并购成功后,并购双方的整合也将成为市场关注的热点。松下原计划3月底前完成对三洋的收购,但从目前来看,收购无疑将推迟到夏季以后,6月底股东大会前完成收购似乎也变得更加困难。

保鲜! 从容声开始

半年,卷心菜在容声冰箱里仍然鲜活!

近日,不少消费者反映购买了容声原生态系列冰箱后,储存于冰箱内的卷心菜、胡萝卜等蔬菜有时由于忘了食用,过了数月之后清理冰箱时,发现有些蔬菜不但没腐烂,反而还在生根、发芽!

对此,华南农业大学食品学院实验结果给出了答案:从2008年12月开始,华南农大食品学院对容声原生态保鲜冰箱进行了长达5个月的蔬菜保鲜检测实验,结果令人惊叹:卷心菜在容声原生态冰箱内保存150天,仍然鲜活!与普通冰箱相比,保鲜期更长数倍!这一超长保鲜期限表明,我国水果蔬菜的冰箱保鲜技术水平,已获得重大突破。

我们把从菜市场买回来的同一批次的新鲜

卷心菜、胡萝卜,用保鲜袋包装好后,一部分放入具有七彩光合养鲜功能、养鲜魔宝功能和分立多循环功能的容声原生态系列BCD-288WYM冰箱,另一部分放入没有这三项功能的对照冰箱,以对比检测这两种冰箱的保鲜性能。据多年从事果菜保鲜效果研究的华南农业大学食品学院高级实验师谢国莲介绍,储存15天时,原生态冰箱内的卷心菜仍然饱满、有光泽、脆嫩、柄部新鲜;而对照冰箱内的卷心菜表面已经萎蔫,颜色暗淡,柄部有点腐烂。

而15天后,对照冰箱内的卷心菜由于新鲜度不佳,实验结束;而原生态冰箱内的实验至第150天时,卷心菜除了表皮有干燥迹象外,看起

来仍然较脆嫩。它的水分含量、Vc含量略高于对照冰箱中储存至第15天的水平;叶绿素含量则与对照冰箱中贮藏第15天时的水平相当。

容声原生态冰箱内卷心菜保鲜期可达150天,主要是由于七彩光合养鲜技术、分立多循环技术、Vc养鲜魔宝等几种先进的保鲜技术共同作用,加上冰箱不开常,箱内温度和环境相对稳定,创造了一个“原生态养鲜”的独特储存环境。谢国莲老师分析说,在这个环境中,蔬菜所需的温度、湿度、光照度达到了绝佳的配比,符合采摘后的水果蔬菜的生命机理,能够有效保持果蔬的营养成分,因而大大延长了果菜的保鲜期。

晚报记者 李无双