

海信惠而浦合资高端冰洗批量投产



海信集团董事长周厚健致辞

7月15日,海信惠而浦合资公司宣布一期工程正式投产。同时,第一批融合了中美技术成果、具备全球技术优势的大容积冰箱、滚筒洗衣机批量下线。

据悉,海信惠而浦合资公司一期工程占地151亩,建筑面积8万平方米,冰箱产能计划为100万台,其中主力产能为350升以上的大容积冰箱,滚筒洗衣机产能200万台。合资公司将

采取“海信”、“惠而浦”、“容声”多品牌运作,交叉覆盖高端市场,满足高端人群的不同偏好和需求。

发布会上,惠而浦公司董事局主席兼首席执行官杰夫·费蒂格表示:“选择海信作为长期发展的战略合作伙伴,是惠而浦全球战略中的一个重要部署,对于双方合作共赢和持续发展有重要作用,并能为全球消费者带来优质的产品。”

海信集团董事长周厚健表示:“此次海信惠而浦一期工程的顺利投产,是双方合作的重大阶段性成果的见证,不仅为合资公司持续健康的发展和取得更为卓越的合作成果奠定了坚实的基础,更是海信白色家电产业在全球竞争力得到增强的里程碑。”

中国家电协会理事长霍杜芳对合资公司未来的发展寄予了厚望:“海信惠而浦首批产品投产成功,从全球家电业发展趋势来看,使企业研发、推广高端产品的能力和实力决定企业在市场上的生存权和发展空间。”

晚报记者 李无双

“TCL互联网电视” 少林训练营开营

首届“TCL互联网电视”杯“魔幻少林”训练营在嵩山少林寺景区正式开营仪式。凡7月15日~8月2日期间,在TCL彩电专柜购买TCL互联网液晶电视、P10自然蓝光液晶电视的顾客均可获赠价值980元的“魔幻少林”训练营会员卡一份,持卡卡8~16岁的青少年可免费参加暑假“TCL互联网电视”杯“魔幻少林”训练体验营。

据悉,从本周开始,购买TCL互联网电视、P10自然蓝光液晶电视提前预定最高享受2000元,率先掀起一场“互联网液晶电视普及风暴”!

TCL互联网电视独具后台自动升级系统,此外,“MiTV影客下载引擎”,让TCL互联网电视实现网络视频的直接下载播放,打开海量互联网视频资讯,让你坐在家中看电影。

李无双

朱言辣语

事件:海尔首发绿色空间计划

10日,由海尔冷柜主办的题为“品藏之醉,中国首发”海尔三门冰吧新品尊贵会在青岛举行。

点评:很多高档食品需要独立温度、独立空间进行储藏的,可这最易被用户所忽视。纵观当前的家电市场,传统家电的“解决难题”基调已经无法满足消费者的需求,他们真正需要的是能够创造需求、完善生活的高附加值家电产品。海尔三门冰吧新品的出现,不仅要解决消费者在储存食物等方面的难题,更要为消费者塑造出一个全新的绿色生活模式。

事件:电博会4天销售22.7亿

点评:在本次电博会上,众商家为更好地把握产业升级带来的新市场机遇纷纷亮出“绝活”——为中国消费电子企业注入创新性设计理念,促进中国工业设计与世界工业设计接轨,并逐步参与国际竞争,推动“中国制造”向“中国创造”的转型。

事件:志高交易充满变数

志高控股有限公司,13日将在香港联交所主板进行首次交易。不过,因其一名智汇动力股东身为被告并收到法庭禁令的事实,令志高的股价走势充满了变数。

点评:尽管智汇动力只是一个小股东,所以其收到禁令并不会影响到志高的股票价值,但是会使得志高可正常流通的股票数量减少。此事对于投资者的心理影响也很难判断,而空调行业是相对成熟、竞争激烈的传统行业,所以志高的股票并不属于想象空间较大的“成长股”,上市募集的资金就相对比较较少。

事件:国产液晶价格上扬

受液晶面板价格持续快速上涨影响,国产液晶彩电价格将提价10%。

点评:本次液晶电视酝酿集体涨价的直接推手就是面板价格的飙升,因为液晶面板作为平板电视最主要部件,占据整机50%以上的成本,42英寸面板的出货价格由320美元回升至350美元,而37英寸面板价格也从先前的250美元回调至265美元。值得关注的是,本轮涨价的领头者是清一色国产品牌,目前,合资品牌液晶电视尚未作出市场反应。

事件:日系手机或将消亡

继夏普手机登陆中国市场以来,NEC卷土重来拓宽中国生存空间。

点评:在目前经济形势下,日系手机面对中国市场强手林立,想打下一片江山不太容易。如果日系手机在中国市场无所作为,那就必将越来越地域化,将来或许面对消亡的威胁。

事件:海尔重启并购GE家电

有媒体报道,海尔集团将重启并购GE家电业务。

点评:今年GE家电业务过高的估值,以及GE方面提出的全新方案让海尔在2008年8月知难而退。而2008财年前三季度GE消费与工业产品集团的销售收入和亏损都进一步扩大。对其进行重组已经迫在眉睫,这次GE不得不采取低价甩卖的方式进行。其实,进行海外并购只是海尔规模扩张的路径。对于海尔集团来说,打造全新的以消费者需求为核心的商业模式才是最为关键的。

每销售10台 美的空调占3台

在“空调下乡”项目中,美的空调共有51个型号中标,是一线品牌中标型号最多的企业。5月14日,河南成为第二批空调下乡区域,5月22日,美的空调家电下乡启动仪式隆重举行,成功抢得先机。“但‘家电下乡’绝不是简单地将在城市销售的产品卖到农村去,而是要真正满足农村消费者的需求,实现美的服务、品牌的同步下乡。来自中怡康数字显示,下乡空调每销售10台,其中美的空调占

三成。因为农村消费者不仅需要产品,更需要高品质的生活。”美的空调郑州分公司总经理张松认为,农民对包括家电在内的生活用品要求越来越高,从单纯的能用,上升到对品质的追求。作为中国空调行业领导品牌,美的的品牌优势非常明显:拥有中国乃至世界上最强大的自主研发能力,代表着“中国空调行业的创新领先者”的标杆形象。

“我们现在在家电,价格是其次,关键是牌

子要硬!”大部分农民消费者对品质、功能、外观的要求超过了对价格的要求。实际上的销售情况也证明目前农村空调市场消费呈现出“不差钱、要牌子”的特点:美的中标的柜式51、72等大匹数空调卖得更好,销量持续攀升。一位村民告诉记者:“我跟我儿子说,买空调就买美的的,牌子货,牢靠!”大品牌、品质有保证、有面子,美的空调的品牌形象成为在“家电下乡”活动中取胜的一张王牌。

李无双

曼哈顿将成东区IT商业排头兵

伴随着赛博数码进军曼哈顿消息的愈炒愈热。对此,有人提出了质疑:以百货、家电、超市为主的商业区真的适合搞IT吗?曼哈顿是新兴商业区,会有足够的客源吗?

赛博数码港店店长王伟认为,“在IT消费还不太成熟的过去,不少人都习惯于‘买电脑去科技市场’,但随着消费者越来越成熟的理性,并且老科技市场交通拥挤日益明显,很多消费者开始更关注消费环境。赛博转战新兴商业区曼哈顿正是考虑到满足顾客更高层次的消费需求,况且周边商业业态丰富,有利于顾客一站

式购物。”

据了解,赛博的曼哈顿店会区别以往的传统、专业的IT卖场,将以“中原第一街”的中高端品牌馆形象经营,在整体形象上更趋向于百货商场;在店面经营上将以时尚的、精品理念,主推品牌形象馆、数码电玩体验区、办公OA监控综合体,在东区打造IT时尚消费新领域。

赛博曼哈顿店的定位正是基于对顾客全新消费心理和消费层次升级的分析。不过在很多人眼里,曼哈顿临近郑东新区,商业基础不成熟,人流量偏少,开业以后会有足够多的客源吗?

“曼哈顿附近将是未来郑东新区商业繁荣的排头兵。首先,这里地处郑州老城和新城的交界处,交通便利,再加上规划的地铁正路过此处,而新建的快速公交更是贯穿此处,这就具备了商业繁荣的基础条件。其次,郑东新区是政府未来重点发展的区域,很多政府职能部门已经迁往该处。而该区紧挨河南中医学院,并且临近郑东新区龙子湖高校区,这些都是IT消费的主力军。”谈到赛博曼哈顿店的客流问题,赛博数码创新店店长孙国敏非常自信。

冯刘克

每周声音

“海信集中优势资源追求高端产业的战略部署,海信集团的海外出口止住了前三个下月下降的态势,连续3个月呈现同比之处增长,且6月份的增长幅度超过30%,集团的利润总额也成倍超过去年同期,呈现出逆市上扬的势头”。针对“海信海外市场是否已止跌回暖”的质疑,海信董事长周厚健表示。

“客观上讲,我们收购LAOX并没有做好充分的准备,可能我们都没有过语言关的关系。所以,我们先做一个比较小的案子,先稳定住局面再考虑发展,也为我们后续发展做一些铺垫吧。”针对“苏宁电器海外并购,遇到的最大困难是什么呢”时,苏宁电器总裁孙为民发表自己的观点。

“中国企业全球化的目的必须是获得驾驭全球市场的技术能力。但是,长期以来,国内企业更多的注重市场份额的提升,寄望于不断地扩大产能,甚至不惜通过为国外企业代工来提升市场占有率。但是,在国外企业固有的技术标准体系下,中国企业单纯放大产业规模不但不会从根本上提升产业竞争力,相反,企业的规模越大,国外企业的对中国企业束缚就越紧。”中国

电产业评论家,帕勒咨询资深董事罗清启就“中国家电企业不能只重视规模扩张”发表自己的观点。

“黄宏生提前出狱对创维不会产生什么影响。黄宏生在家中,由于行动仍然是有一定条件限制的,创维没有做他重返的研究,现在黄宏生不是董事,不是管理者,只是一个股东,对创维没有作出任何指示。”针对媒体的“创维创始人黄宏生低调出狱,背后或掩藏兵变”的文章,创维董事局主席兼CEO张学斌如此说。

“在信息化时代,企业的位置变了,过去是企业说了算,现在是用户说了算。从企业内部来讲,我们需要使整个流程改变过来,和用户的需求相一致。因此,经营企业无时无刻不战战兢兢”。针对媒体的“海尔转型之谜:抛弃制造业还是另有他意”的文章,海尔集团首席执行官张瑞敏表述自己的看法。

“国美未来的管理与经营一定是在职业化团队的带领下进一步发展和壮大的,很多民营企业做不到这一步,而国美在这样一个特殊的阶段完成了这一步”。针对媒体的“陈晓:战略调整中的国美电器需要培养接班人”

的文章,国美董事局主席兼总裁陈晓感慨地表示。

“目前长虹的等离子显示屏及模组还处于量产爬坡期,待一期扩能和二期建设开始后,预期在今年国庆前后会有更好的表现。今年下半年,四川长虹可迎来发展的拐点”。四川长虹新闻发言人刘海中说。

“节能环保无疑是2009年空调产品的最大亮点。根据发展实际,节能也将是未来家电产品的方向,随着国家政策的促进和企业的推动实施,低能效空调加速退市,而高能效节能空调必将成为未来空调市场的主力军”。中国家用电器协会副秘书长陈钢就“企业停止生产高能耗空调,全面转向高能效的空调生产推广中来”时分析到。

“全球化这条路一定要走,今天不走,明天也要走,因为企业在中国这个区域市场的竞争力,是无法与别人的全球竞争力相提并论的。我们的目标很明确,就是要完成全球业务架构。步伐太慢就没有机会了,当然步伐也不能太快,太快会摔跤。”TCL集团公司董事长兼总裁李东生就“TCL国际化之路如何走”时表示。