

朱言辣语

事件: 东芝宣布召回8万余台洗衣机

18日,日本经济产业省宣布召回东芝家用设备公司生产的8.29万台带烘干功能的滚筒洗衣机,称这类洗衣机存在火灾隐患。

点评:一段时间以来,日本家电品牌接连爆出质量问题,既有日系数码相机CCD和电池存在问题,又有日系电视产品出现软件缺陷,被责令停止销售。这不仅在影响了消费者对产品质量的信心,而且一向以品质著称的日系电器美誉度大打折扣。

事件: 国产彩电降幅高达30%

由长虹、创维、TCL、厦华等国产电视品牌挑起的价格战,32英寸液晶从2580元降至2068元,42英寸液晶从4990元降至4280元,最高达30%。

点评:今年以来,大尺寸液晶电视的价格持续下跌,给企业经营带来了不小考验。但为了尽量从别的同行那里多抢一点市场,各平板厂家还在设法搞优惠促销。为了加快周转,一些平板电视生产商大力推动技术平台和元器件的通用化,并不惜以成本换时间。这种选择自我消化新增成本将使国产彩电巨头陷入“增量不增收”的困境。

事件: 松下空调遭遇滑铁卢

近日,有人士向媒体透露,由于销售网络出现严重问题,导致松下空调销售直线下挫,而松下空调高层将迎来一次大换血。

点评:松下空调在中国市场遭遇滑铁卢的主因。一方面,在全球经济危机的冲击下,松下集团受到重创,公司上下收紧资源,不可能拨出资源,而参与国内空调市场的竞争,更导致“销量上不去,价格下不来”困局的恶化。值得一提的是,在中国政府扩大内需,刺激消费的一系列政策中,松下空调特别是变频空调未能纳入节能空调补贴范围之内,将令孤注一掷“押宝”变频空调的松下空调,更加边缘化。

事件: *ST三联亏损1108万元

24日,*ST三联(600898)发布的半年报显示,上半年公司实现营业收入4.5亿元,而去年同期收入为8.25亿元,同比下降44.77%,上半年亏损1108万元。

点评:行走在退市边缘的*ST三联生产经营虽然逐步迈入正常化,但由于*ST三联下半年仍旧面临着商标归属权、诉讼事件等一系列难题,今年能否实现盈利仍是未知数。同时与原控股股东三联集团的资金往来至今难以彻底清理。仅仅上半年涉及公司诉讼事项的公告就有7个,由此可见,*ST三联被迫承担连带还款责任的风险尚未完全消除。

松下:投城市之影,展未来“视”界

25日下午,郑州明华电子科技有限公司携手日本松下公司为100多位事业单位、企业界代表举行了一场“投影城市之光,展未来视界”高端投影机投巡展,为业界人士展示了一场丰富多彩的视觉盛宴。

据悉,日本松下公司的高端工程投影机以其领先的技术和卓越的品质一直为中国市场广泛接受,其市场占有率及其知名度均为中国市场第一。

据业内人士分析,今年专业影像产业中国市场规模预计达到200亿元,河南市场的需求尤其强烈。

张璇

LED液晶电视关键技术语解析

1.与传统CCFL背光源液晶电视相比,LED电视不含汞,彻底解决了液晶电视的环保问题。同时,LED电视的功耗和安全性也均占优势,启动时只需要在12~24Vdc或更低电压下就能工作。

2.与传统CCFL背光源液晶电视相比,LED电视无需滤光片,实现了光源的平面化,仅有优异的亮度均匀性,还不需要复杂的光路设计,不仅LED的厚度更薄,同时还拥有更高的可靠性和稳定性。

3.与传统CCFL背光源液晶电视相比,LED电视背光的寿命达到10万小时。而普通的CCFL背光的寿命基本在3万~4万小时左右。

冯刘克



发生了质的变化,竞争的结果也将是节能技术“强者愈强”。受此影响,各品牌间的市场份额变动在所难免。谁将成为能效标准提升后的最大赢家,我们拭目以待。

五: 999元挂机

2008年12月,格兰仕率先将一款1P挂机市场零售价下调至999元,2P柜机的售价也降至2990元。长虹空调紧接着也将2级能效的1.5P空调降至行业底线2680元。此后,美的、奥克斯等空调厂家也纷纷宣布推出低价空调进行大规模促销。

老记解读:对于消费者来说,最关心的永远是价格,但在2010冷冻年度,千元的1P空调很难再出现。因为千元的1P空调基本集中在4、5级的能效机型上。从国家出台的一系列政策以及厂家的态度来看,在清理完4、5级高能耗型号后,厂家不会再大规模生产,而是转向1、2级能效的定速空调和变频空调,所以,新的冷冻年度,消费者将很难买到千元的1P空调。

六: 家电下乡

2009年2月,国家开始在全国范围内大力推广家电下乡政策,空调首次入围。根据政策,农村居民购买中标的空调产品可享受政府提供的13%价格补贴。同期,苏宁电器发布了《中国空调行业白皮书》,根据白皮书预测,2009年全行业价格将结束5年涨势,跌价超过30%,回到2004年的水平。

老记解读:“家电下乡成为空调企业的救命稻草”,因为2008年空调产业因1500万台的库存形成了巨额资金压力,使得众多靠借贷输血经营的中小经销商面临巨大经营风险的。但企业不对家电下乡过分热衷,农村市场的巨大潜力不会因为家电下乡的补贴政策立即爆发,企业要想实现可持续发展,关键还是要依靠技术创新,掌握核心技术。

七: 降价30%

在8月空调销售收官之际,以志高、奥克斯率先在高能效空调开启新一轮的“价格大战”。美的一款1P二级能效空调价格跌破2100元,海信一款1P一级能效空调跌至2280元。其他产品最高降幅高达30%。

老记解读:事实雄辩的说明:价格战不是突破发展死胡同的利剑,而是打倒自己发展的拳头。一心想着以价格搅局的企业应该回头了。价格战是最简单的竞争,但它在击倒别人的同时,实际上也在打败自己。创新是最难的竞争,超越自己,才能打败对手。空调陷入囚徒困境,只有通过产品技术服务等综合手段才能赢得主动。

八: 节能不便宜

按照国家节能减排的要求,4、5级能效空调属于非节能产品,正大规模停产或停售。节能空调可以得到国家补贴和厂家降价双重优惠,但价格仍然不低。如2级节能小1P挂机,扣除国家补贴的300多元,实际卖价为3000元左右。而其5级能效的同P数产品,最低价卖到1500多元。

老记解读:节能减排是利国利民的好事,可现在的问题是,国家乐了,厂家笑了,老百姓却愁了——作为已在市场全面普及的节能空调,价格却不太“普及”,更有一丝被人绑架的错觉。尽管节能是好事,但这好事总不能让老百姓来买单吧。希望空调企业把节能空调技术的成熟和产能的扩大,最终找到一个各方都能接受的“平衡点”。

九: 持续高温

6月,在连续多天的高温烘烤下,空调市场迎来了今年首轮“井喷”行情。据苏宁、国美等家电卖场的销售数据统计,空调相比去年销量翻番;其中格力、美的、海尔、科龙、志高、海信等高能效比空调最受消费者欢迎,种种新特征显示,今年空调市场空前红火。

老记解读:也许美国能源部长朱棣文一席“在中国,极端热浪天气可能每2~3年发生一次。”的话,会让中国空调巨头乐开花,但关键是2010冷冻年如果遭遇凉爽的天气,只有降价一条路,但在“产能+库存”的困局面前,空调厂商要么库存存在“憋死”,要么清仓甩卖“亏死”。但无论如何,“亏死”总比“憋死”强,因为中国空调市场“剩”者为王才是生存的道理。

十: 洋品牌全线溃败

2009年7月,市场调研公司中怡康公布的2009年1~5月空调市场销售检测数据显示,格力、美的、海信、海尔等四国产品牌共包揽了七成以上的市场份额,牢牢保持着国内空调市场领头羊的地位。与此同时,以大金、三菱电机、松下、三星、LG为代表的日韩品牌市场占有率则持续大幅下滑,呈全线溃败之势。

老记解读:除了产品技术已被中国企业全面超越之外,金融危机的巨大冲击,也是日韩等外资品牌市场占有率迅速下降的一个重要因素。自去年下半年以来,日韩家电在华业绩持续下滑,其在中国市场长期实行的“战略性亏损”策略难以为继,纷纷“瘦身”以求自救。外资品牌的战略收缩加速了其在华业绩的退败。希望外资品牌更多地关注中国用户对彩电的实际需求,如不然,其颓势难以逆转。

晚报记者 朱江华 李无双

盘点2009空调冷冻年系列报道之一

解读空调十大关键词

一: 变频与定速空调之争

6月1日国家实施“节能产品惠民工程”而今年上升势头迅猛的变频空调并没有纳入国家补贴范围,由此引发了空调行业的“定速、变频”的“口水战”,业界派生出两大阵营:以长虹、格兰仕等为首的品牌押宝高效定速空调,宣称定速空调更适合中国国情,其将坚定不移地走“高效定频”路线;格力、美的、海信科龙、志高等品牌则继续力挺变频,坚信变频有望成为当前空调消费主流,更是未来空调业发展的趋势、方向。

老记解读:针对“定变之争”,其实高能效和变频都是节能空调,均能达到省电的需求,在相当长时间内两者是可以并行存在的。尽管目前节能空调的销售占比比变频空调高,但变频空调的增幅明显。来自中国家电卖场的销售统计表明:今年上半年,1、2级能效空调占比大多在40%左右,变频空调占比15%,与往年相比,今年变频空调增幅接近20%。鉴于此,定频、变频空调各有千秋,1、2级定速机高效、节能,兼有国家补贴,性价比高,适合普通消费者;变频空调是未来的发展趋势,而其节能性也适合经常使用空调的单位或团体。

二: 库存664.18万台

据《腾讯家电网》报道,2009空调冷冻年收官在即,目前我国空调行业库存664.18万台,同比减少38.48%,也创下了2005年以来的行业新低。空调行业两强格力、美的空调库存均在250万台以下。

老记解读:这与2008冷冻年1500万台的库存相比应值得庆幸,但664.18万台的库存也是一个天文数字,如何消化,将是2010年空调市场面临的一大难题。不管是一线品牌的规模优势是否正变成劣势,还是二、三线品牌将成为价格战的主导者是否“作秀”,这都意味着2010年对空调行业注定是不太平的一年,谁将成为空调行业的英雄,谁将成为空调行业的祭品,值得关注!

三: 出口下降33.8%

最新公布的海关统计数据显示,今年上半年我国出口家用空调共计1650万台,同比下降了33.8%,出口额31亿美元,同比下降33.1%,成为我国空调外贸史上最大跌幅。欧洲市场成为国内空调出口下滑的重灾区,主流厂商预言下半年空调出口有望企稳回升。

老记解读:尽管有专家的看好预测,但我均对下半年和明年空调出口的趋势也难言乐观,空调出口情况的好转还有待主要出口区域经济环境的转好,目前看仍然存在不确定性。如果空调行业出口大幅下降已成定局,这将进一步加大产能过剩压力,为了争夺出口订单,各企业相互杀价更加厉害,行业出口毛利率明显下滑;如果2010年海外市场需求持续疲软,竞争加剧将使得包括格力在内的厂商出口价格面临下降压力。

四: 空调新国标迟出台

原定于今年3月实施的《房间空气调节器能效限定值及能源效率等级》(简称“空调能效新标准”),被推迟到今年9月,但有可能再次被推迟,具体时间不详。按照规定,新标准一旦实施,能效为4级和5级的空调便不得在市场上销售和生产。

老记解读:在新标准传出即将实施之初,引起不少空调厂家的恐慌,清理4、5级空调库存成为各大空调品牌的头等大事,宣布“停产低能效空调”的声音也此起彼伏。然而,空调能效新国标的出台“一拖再拖”,但是,这场即将由新国标引发的空调格局之变,由于市场的天平向实力派“一边倒”,市场的技术的诉求点