

年末特刊——面孔2009[年度报告]

在突破中寻找新机会

郑州晚报家电部联合《家电商情》对2009中原家电市场作完全报告

家电市场四大特点

根据郑州晚报家电部与《家电商情》杂志联合调查数字表明,2009年城乡每百户家庭拥有电器的数量是洗衣机86.2台,电冰箱46.1台,空调20.4台,其中电视机达到了120.3台,同比2008年家电拥有量增长,从2009年河南家电市场来看有以下突出特点。

首先是家电销售总额逐年增加。从2006年来看,全省所有的大小家电总额大概在220亿元,2007年达到了248个亿,2008年是280亿,2009年由于空调旺季的热销,电视新品的推出和整体价位的提高,今年家电市场的总额有望突破300亿。

其次,家电批发市场进一步萎缩。家电连锁超市量贩和连锁专营店作为行业发展的一种趋势,对郑州家电市场带来很大的冲击,曾经创造过年交易量100多亿业绩的郑汴路郑州家电市场,交易量不过2亿,正在迅速“失血”,萎缩了九成多。

(一)空调市场三大特征

根据郑州晚报家电部与《家电商情》杂志监测,中原空调市场目前比较活跃的品牌大约有15个,它们分别是格力、美的、海尔、志高、奥克斯、科龙、海信、格兰仕、扬子、春兰、长虹、TCL、三菱电机、松下、新飞等,这些品牌基本上囊括了中原空调市场95%以上的市场份额,空调市场基本体现出以下特征。

第一,品牌越趋集中,消费越趋理性。

对消费者当前正使用的空调品牌的调查结果显示,格力、美的、海尔、志高、奥克斯、海信、科龙、三菱电机、松下和格兰仕10个品牌是目前消费者广泛使用的空调品牌。其中格力、美的两大品牌的总出货量达到了220万套,占全行业出货总量和实际零售量的七成以上,市场份额也提高了近七个百分点,对其他相应品牌在市场上明显产生了挤压效应。

第二,品牌阵容扩张,市场竞争加剧。

受国家节能减排工作在空调产业内加速贯彻的推动,空调产品面临着全面转型。在全球金融海啸冲击下的以出口导向为主的品牌为了转移风险,纷纷将内销市场作为空白市场开拓,以及家电下乡、节能惠民工程惠及空调,站在同一起跑线,也给新品牌向中原空调市场渗透提供了市场机会。但主导品牌的骤然发力,则引发了品牌集中度的持续提高,市场初步呈现出格力、美的双寡头竞争格局,两强与其他品牌距离进一步拉开,而中等规模空调品牌市场竞争进一步加剧。

第三,变频空调大幅增长,外资品牌大幅下滑。

2009年套用个广告词“空调也要卖成白菜价”所以价格大幅拉了下来,这给消费者、给这个市场带来了一次超值体验。但对外资品牌来讲2009年度是在中原市场过去10年表现最差的一年,日系、韩系品牌在中原市场出货量和零售量双双下滑。三星、日立等外资品牌出货



记住2009,非凡的2009,记住2009年中原的家电业,是我们的职责。

2009,我们一起走过,2010,我们携手前行。为对2009年中原家电市场的现状进行回顾,对2010年中原家电市场以及未来发展、品牌建设发表建设性预测,本报联合《家电商情》杂志推出了2009家电年度报告,以给行业 and 消费者提供参考。

晚报记者 樊无敌 文/图

额和零售额均不超过3000万大关,与国产品牌距离进一步拉开。

(二)彩电业五大趋势

彩电行业经过20年的发展,国产品牌主要集中在TCL、创维、海信、长虹、海尔五大品牌,同时也主导了河南彩电市场80%以上的市场占有率。据郑州晚报家电部与《家电商情》杂志调查数据显示,2009年河南彩电保有量超过3300万台,其中平板电视的保有量仅为400万台左右,以更新率10%来计算,每年将释放接近600万台的消费量。

第一,国产品牌全面占优,液晶市场集中度提高。

目前,中原彩电市场有国产品牌主导,与外资品牌市场占比已从2008年的6:4上升为8:2。从郑州晚报家电部与《家电商情》杂志调查数据得出,2008年销售量前十品牌合占销售总量的64%左右份额,而2009年销售量前十品牌份额上升到约78%,排名前五的均为海信、创维、TCL、长虹、海尔等国产品牌,其中创维、海信、TCL等国产品牌今年前三季度液晶电视销售量甚至出现超过150%的同比增长。

第二,液晶加速取代CRT,平板电视快速普及。

CRT走到末路,从郑州晚报家电部与《家

电商情》杂志调研监测,2009年1至10月份,河南彩电市场总零售量为174.08万台,其中家电下乡1042322台;液晶销量占到80%以上,实现销售额13.5亿元,比2008年同期(10亿元)增长了35%,市场需求非常旺盛。

第三,高端产品受到市场欢迎,成为消费趋势。

目前LED背光液晶电视已成为2009年度河南市场上的热点,而是否有USB接口已成为城市年轻消费者购买彩电时的必选要素。创维、TCL、海信、长虹、海尔为首的国产阵营不断推陈出新,新技术和K歌、上网等更多应用功能的新品上市及时迎合了消费者的多样化需求,成为液晶电视市场迅猛增长的推动力。郑州晚报家电部与《家电商情》杂志预计,2009年LED液晶电视在河南销量将突破8万台,2010年将达30万台,2011年将达到70万~80万台。

第四,通过问卷调查、电话调查等形式,郑州晚报家电部与《家电商情》杂志得到以下数据:

从彩电产品结构的角度上看:

42英寸和32英寸占据市场关注主流。

55英寸液晶电视短期内无法取代52英寸的市场地位。

42英寸和32英寸液晶电视的销量逐渐下

滑,37英寸销量节节攀升。

40英寸液晶电视退出市场,47英寸和55英寸液晶电视的销量渐涨。

3000元以下液晶电视销售暴涨,5000~8000元液晶电视逐渐受到消费者关注。

第五,从技术节能趋势来看,2010年是LED元年,因为它节能、环保,包括网络互联内容。

所以2010年彩电产品一切都围绕着环保、节能和网络互联生产,因此,超薄化的LED电视将成为市场的绝对主导。

(三)三个因素影响冰箱市场

河南冰箱市场发展比较平稳,国产品牌海尔、新飞、美菱、容声、美的、海信占据主导地位,销量涵盖了河南70%左右的消费市场,而影响冰箱市场发展因素有:

随着城镇化进程,包括政府强行推动土地流转,河南有很多地方开始实行移村并镇,包括城镇居民消费升级,农村三四级市场这样大的空间,都是冰箱市场比较有利的因素。

有了这些利好因素的影响,河南冰箱市场突出三大特点:

第一,销售量每月每年稳步上升。河南冰箱销售量是62.4万台,销售额12.8亿。但是7~9月份第3季度这三个月时间冰箱的销售就达到了46.5万。销售金额达到了9.95亿元。预计四季度冰箱产品还会取得不错的业绩。

第二,产品的档次在提高。比较突出的就是产品的售价,一季度销售平均单价每一件是1390元,二季度是1635元,平均每件单价提高245元;三季度冰箱的销售限价大概2138元钱,平均每件单价提高503元。

第三,消费者结构在发生比较大的变化,三开门、多门、对开门高端产品日益成为居民消费的主流产品。从郑州晚报家电部与《家电商情》杂志调查数据来看,三开门等大容量冰箱成为市场追捧的新贵,三门及三门以上冰箱销售量同比增长为26.32%,市场份额占到了销售总额的1/3左右。

(四)全自动洗衣机是消费者首选

从郑州晚报家电部与《家电商情》杂志调查数据来看,洗衣机的特征主要表现在大容量双缸和全自动洗衣机消费进入提速普及期,全自动洗衣机目前是各大品牌主打的对象,8.5公斤大容量双缸占了三四级70%市场份额,但是未来市场中全自动洗衣机是消费者选择的一个主要方向。2009年,全自动洗衣机销售量240万台,同比增长36.6%,滚筒销售量同比增长为26.32%,其中滚筒销售量规模达到近5万台,全自动销售量规模达到30万台。

郑州晚报家电部与《家电商情》杂志预测,节能、环保成为2010年度洗衣机的主卖点,大容量双缸仍是河南三、四级市场的主销品,城镇市场以全自动、滚筒为主,2010年度洗衣机有望在2009年度240万台的基础上增加15%,达到280万台左右,滚筒销售量规模达到近6万台,全自动销售量规模达到40万台。

城镇居民也享13%的补贴

——万和贺岁感恩回馈

元旦、春节即将到来,2009年最后一轮促销大战将拉开帷幕,国内销售规模最大的燃气具专业制造企业——万和已于近日率先打响“双节促销”的第一枪。

主题为“万和贺岁、城乡同惠”主要活动内容是:城镇户口的居民也可享受13%的补贴。凡购买万和的指定型号的产品,均可在享受各种折扣后再享受13%的补贴,城镇户口的居民填写基本资料后,在购买现场直接领取。

2009年为中国家电行业的“政策年”,在全球金融海啸的背景下,中央政府出台了一系列的刺激政策,使中国家电行业依然保持良好的发展势头,如“家电下乡补贴”、“以旧换新补贴”、“节能产品补贴”等,尤其“家电下乡补贴”政策对家电行业的拉动最明显,万和在家电下乡政策的支持

下,逆市飞扬,继续以行业标杆品牌领跑燃气具行业。

为答谢政策的支持和消费者厚爱,万和在岁末推出本次促销活动,感恩回馈消费者。除了享受折后再享13%的补贴外,还有“预存定金翻三倍”、“下定有礼”、“套餐优惠连环降”、“部件节能补贴”等活动内容,消费预交定金可翻三倍使用,交定金即可获得礼品;购买万和套餐产品,可根据购买件数,不断提高优惠幅度。

万和是中国燃气具行业的开创者之一,以技术创新领先于行业,在燃气具领域十二次填补国内空白,万和燃气热水器连续七年全国市场占有率居行业首位。在今年国家公布的水器下乡中标名单中,万和电热水器共中标30种型号,燃气热水器共中标29种型号,成为中标型号最多的热水器生产企业。樊无敌 李红卫

美的微波炉“五虎”贺新春

日前,记者从美的微波炉电器了解到,美的将携手各大家电卖场,隆重推出“五虎贺新春,健康蒸立方”大型优惠促销活动。

此次活动时间为2009年12月20日至2010年2月21日。据公司负责人介绍:此次所有购买“五虎贺岁”指定机型的消费者,均可享受“促销价”和“促销赠品”,购买其中特定四款机型还可获赠“美的蒸蛋器”这双重好礼。凡是在终端参加“以旧换新”活动的消费者,携带结婚证、准生证、出生证等有效证件的新婚夫妇及新生儿父母,集合三人或三人以上在微波炉淘宝官方店或终端卖场购物的团购客户,均可在原有“促销价”基础上再折100元,还能在获赠“促销赠品”的同时追加“新春赠品”。除此之外,消费者还可以通过携带在本报上刊登的美

的微波炉贺岁优惠券。

作为让利活动的五大主角,此次美的推出的五款贺岁微波炉自然成为消费者关注的焦点。据悉,美的“五虎上将”分别为“健康虎”、“幸福虎”、“吉祥虎”、“如意虎”、“发财虎”。“五虎”秉承美的微波炉时尚美观、使用方便、操控智能、烹饪食物口感好的几大特点,同时又各具特色。“健康虎”采用高温蒸和纳米银技术,蒸熟食物更快捷;“幸福虎”运用黑晶全幅大平板,设有9味智能美食菜单、4味西式点心菜单、4味专有养颜瘦身菜单、4味“宝宝专家”菜单;“吉祥虎”运用湿度感应智能芯,蒸烤翻腾一步到位,更有爱心3秒延时启动;“如意虎”节能省电,更集光波、微波、蒸汽三大性能于一身;“发财虎”具备多种蒸汽模式。樊无敌 李红卫