

作为国民消费重要的一部分,家电业的2009年同样面临一次通透的盘点,以检验这个行业沉淀了多少值得记忆与思考的关键词,又有多少年来发展值得可以参考的经验。家电业在2009年的市场发展中,不但有国内一线品牌的整合,也有企业品牌营销战略的转移,更有消费者喜欢,行业认同的热销产品。

作为人气最旺的家电专业传媒,郑州晚报《第一家电》专刊搜集整合了大量新闻事件,从公正、客观、专业的视角,盘点出“2009年中国家电十大事件”,并邀请了资深的中国财经资深评论家罗清启一一点评,以飨读者。

# 盘点2009年度中国家电业十大事件(下)

## (六)、关键词:互联网电视

**新闻回放:**2009年,长虹、TCL、创维、三星、海信、海尔、康佳等主流家电企业组成庞大的互联网电视阵营,并自己开办平台或者与商业网站合作,通过虚拟专网平台提供互联网电视服务。但去年8月,广电总局叫停互联网电视,给各大互联网电视机生产厂商加了无形的“紧箍咒”。

**罗清启点评:**关于互联网电视只有争吵没有争议,电视网络化是产业发展的必然趋势。当前国内大部分彩电企业都推出了“触网”的产品,但互联网与电视的结合是一场颠覆式的变革,只有实现软硬一体,既掌握硬件,又具备软件、内容等“软实力”,实现商业模式的颠覆式创新,中国彩电产业才能真正实现战略转型。

## (七)、关键词:集团作战

**新闻回放:**重组、并购等资本运作成为2009年国内白电发展的关键词。科龙整合海信白电、四川长虹控股华意压缩和美菱电器、美的整合荣事达、华凌、小天鹅,使中国白电产业基本形成海尔、美的、海信、长虹四方集团争霸局面。

**罗清启点评:**从市场进化来看,企业拿着一个产品标签销售的时代已经过去了。国内家电品牌的恐龙时代真正来临了:每一个留存下来的品牌靠产品线的整合把自己搞成一个躯体庞大的恐龙,而每一个恐龙手里都握有一副牌,接下来的战争是一副牌的多牌变换的游戏,而不是以前单张牌的对抗赛,因此,每一个具有竞争资源的大牌企业都开始为这样的恐龙时代做准备。



备。在这样的时代,竞争方式虽然将会发生变化,但是产业不能只把精力放在竞争方式的变化上,更需要宏观资源与新的产业竞争方式的关注。

## (八)、关键词:冰箱召回

**新闻回放:**去年10月29日,三星旗下一款双开门冰箱由于在韩国发生“自爆”事件,随后宣布对中国市场有六个型号的冰箱在召回之列,预计总量为32000台实施召回。

**罗清启点评:**三星决定在中国采取召回政策,这将是冰箱行业因产品出现安全问题而大面积召回的首个案例。现在是全球化时代,通讯极为发达,企业任何一点问题都可能放大到全球。对于事关企业生命的质量来说,不是选修课,而是每天的必修课。因此,三星公司通过努力在极短的时间内把自己打造成世界级品牌,召回对人身造成安全威胁的产品,就是企业的义务采取的方式和方法。并且,企业需要从每一个细节方面认真保护自己的品牌资产,

维护与消费者的信誉关系。

## (九)、关键词:定变频之争

**新闻回放:**10月24日,格力董事长朱江洪在接受媒体采访时表示,定变频空调将在3~5年内退出市场,引发定变频空调生产企业格兰仕的“反击”。这也是继国家发改委与财政部发布对能效等级1级、2级的空调进行补贴仅限于定变频空调之后,空调厂商再次打“口水战”。

**罗清启点评:**变频空调与定速空调谁更节能引起的“口水战”长达1年之久,其实在中国市场上,定频与变频一直是共存的,国家政策上并没有倾向性。变频之所以多年来始终不能拥有更多的市场份额,与其性价比不占优势有关,是市场选择的结果。所以,中国空调业必须构建自主的工业体系,寻求在关键技术方面突破。

## (十)、关键词:苏宁扩张

**新闻回放:**2009年6月24日,苏宁电器斥资约8亿日元,并购日本家电连锁企业LAOX公司约28%的股权,成为LAOX控股股东。同年,12月30日,苏宁电器再度宣布,收购位列香港电器零售连锁前三甲的镭射公司。

**罗清启点评:**本着稳健扩张的原则,苏宁电器的两大并购,使之成为2009年度家电业的焦点明星。而苏宁收购日本LAOX反映了中国家电连锁业进行国际交流的愿望。当前全球经济一体化,中国企业融入世界,中国家电连锁业处于快速发展过程中,需要与世界交流,与发达国家的同类企业进行连通,从而吸收不同国家的管理经验,这样才能提升企业的国际竞争力。

晚报记者 朱江华

## 朱言辣语

电总需求增长的贡献比例仍将达到51%。

## 事件:暂停21张CCC证书

19日,据全国认证认可工作会议上了解到,各地方认证监督管理部门通过对电冰箱、洗衣机、电磁炉等家电下乡产品进行的市场核查,已暂停中标企业的21张CCC认证证书,并向15家企业发送了16份整改通知书。

**点评:**这是认监委针对家电下乡中标产品重点开展监督执法工作,杜绝无证、货证不符产品进入农村市场,对不符合要求的产品进行严格处理的一次重大举措。加强对家电下乡中标产品的控制,对不合格产品及时暂停、撤销认证证书。

## 事件:“惠康”空调抽查不合格

6日,据国家质检总局单元式空气调节机产品质量国家监督抽查结果显示,“惠康”柜式空调产品未达到最低的5级能效等级要求,被判定为不合格产品。

**点评:**随着“节能环保”理念的深入人心,“节能家电”可谓异军突起,成为众多空调厂商主打的明星产品。而宁波惠康实业有限公司生产的一种“惠康”冷风电加热型柜式空调产品制热量和制冷性能系数不合格,未达到最低的5级能效等级要求,应当退市。

## 事件:下乡“零销量”UT斯达康等出局

近日,从商务部的统计数据看,首批家电下乡中标企业:UT斯达康(中国)有限公司,广东好迪生活电器有限公司,广州市红日燃具有限公司,迅达科技集团股份有限公司,深圳市友利通电子有限公司从统计中“消失”。

**点评:**根据《家电下乡中标企业考核及管理办法》的通知,对家电下乡中标企业实行淘汰机制,如果中标企业半年内没有销售出产品或者连续两次考核排名后5%且得分均低于60分,中标资格将被取消。

## 事件:CRT电视已近迟暮

1月14日,深圳赛格三星发布2009年度业绩预告公告称,上调2009年CRT显示器及相关产品全年亏损金额,从2009年10月25日估算的13.5亿元上调到20亿元。

**点评:**亏损主要原因是平板电视对CRT产品的冲击。这表明CRT已近迟暮,目前摆在三星面前的有两条路,一是转向发展平板电视。二是撤资。因为CRT产品无论从科学性和实用性上都没有留恋的意义。平板产品的突飞猛进已经成了CRT走向消亡的推手。目前业态单一的CRT企业都已经巨亏,就连造出了世界第一台彩电的汤姆逊的日子也不好过。

## 事件:ST科健严重资不抵债

1月16日,ST科健公告称:因目前陷入经营困境,严重资不抵债,已向深圳市中级人民法院提出申请,要求深圳中院对公司进行重整。

**点评:**破产-重整-重组,对于资不抵债的上市公司而言,这样的路径无疑是凤凰涅槃、蝴蝶破茧。但由债委会主导运作的ST科健重组有着过山车一般的经历,如今面对一度陷入重组困局的ST科健,不仅一般人都道不出个所以然来,恐怕ST科健自己都说不清楚。一方面同方集团一再表露重组ST科健“盛意拳拳”,另一方面ST科健的重组一度搁浅,到底是否你情我愿,ST科健的重组恐怕还需要一段时间。

## 事件:家电下乡超1600亿

18日,家电下乡信息系统发布统计显示,截至去年12月31日,生产企业累计发货9245.05多万台,发货金额约为1627.53多亿元。

**点评:**今年的政策拉动仍然是家电市场需求增长的重要因素。随着“家电下乡”产品销售在全国铺开,政策效果是否会进入“平台期”引发各界关注。不过,今年政策拉动对家

## 海尔洗衣机“走上去”的成功之道

1月16日,国务院发展研究中心市场经济研究所举办了“世界品牌成功之路——海尔洗衣机全球销量第一的启示”研讨会,在对海尔洗衣机获得全球销量第一这个案例的分析中,各方专家都发表了各自看法。

胡泳认为海尔洗衣机的成功在于其优良的战略基因——海尔很早就确立了先难后易的全球市场战略。无论是“先进攻美国市场”还是“在欧洲与老牌家电企业拼高端”都取得了不错的成果。他认为这正是海尔今天成就如此辉煌的原因所在。

而中国消费者协会副秘书长武高汉,则更多从消费者角度来看待海尔洗衣机的成功。“在海尔洗衣机全球第一这个案例中,我

体会最深的是以产品创新来迎合消费者需求——从改变洗衣机动力的双动力方式到健康、环保的不用洗衣粉洗衣机;从衣干即停到洗净即停。再比如,海尔洗衣机创新的S-e复式平衡环技术,又再次推动了全球洗衣机行业迈上一个崭新的台阶,也让海尔洗衣机赢得了消费者的尊重。”

国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲在本次研讨会时说:“中国企业要想走出去,需要借鉴很多国内外成功企业的先进经验。海尔洗衣机只是一个缩影,在海尔洗衣机取得全球第一的背后显现的是中国企业走出国门,建立全球品牌的信心和实力。”

晚报记者 樊无敌

## 迪信通过节“不差钱”购机游海南

“啥玩意?1月31日下午3:00迪信通将从上百万会员购机奖券中抽取小家电大礼包、年夜饭、海南双飞5日游等新春大礼包活动?一共有多少名额呀?迪信通疯了?不要本了?”这是小编前不久在迪信通卖场采访时听到的一连串疑问。当时小编就电话联系到了迪信通河南公司主管营销的负责人,以便证实该顾客疑问的促销活动内容到底是真是假,据这位营销负责人讲,春节临近,在这万家祥和的传统喜庆节日,迪信通拿出一些钱,让老百姓高兴高兴,那也是应该的,在大家吃团圆饭或者在旅游的过程中能够想到迪信通,我想这事应该不坏,迪信通

能够有今天,离不开千千万万的中原人民8年来对公司的支持,迪信通今年过节,“不差钱”。

从迪信通店面经理那里还了解到,迪信通目前开始响应国家号召倡导绿色环保,在全国范围内先后开展“以旧换新”的促销活动,顾客凭旧手机,可折现金券100元~500元不等,如购买新机可在成交价的基础上直接减掉旧机的现金折价。另外,店面还准备了常规的进店免费送、购机送家电的活动,还送热播3D影片《阿凡达》的观影票,以满足不同购机顾客不同层次的需求。

晚报记者 樊无敌