

# 中外再战高端冰箱 谁将成为市场主角

杂志特稿



主持人: 朱江华

主持人: 如今的冰箱市场正悄然变局, 无论是国产品牌还是外资品牌, 均开始将锋芒指向高端产品。据中怡康发布统计数据, 2009年1~12月, 高端冰箱销量同比增长27.65%, 市场份额较2008年增长了119%, 并出现海尔、容声、海信、三星四强争霸的格局。

**陈正伟:** 海信科龙在经历了3年的重组磨合后, 于2009年迎来了其在冰箱市场上的快速发展, 海外出口逆市飘红, 国内销售稳步增长。据相关统计数据显示, 今年1~9月, 包括变频冰箱在内的多门大容量高端产品销量同比增长45.65%, 其中, 海信同比增长266%, 而容声的增幅在行业销量前五名品牌中位居第一。

**俞晓芸:** 对开门冰箱是高端冰箱中的王者, 三星冰箱也一直是开门冰箱中的王者。随着消费能力的提升, 高端冰箱未来销量增长将是一个大趋势。多年来, 三星对开门冰箱在全球多个地区都取得了销量第一的

成绩, 不仅获得了消费者的认可, 也获得了全球多个权威机构的认可。未来, 三星冰箱将继续投入重点放在高端冰箱产品的技术创新上, 为整个行业提供源源不断的发展动力。

**马伟强:** 经历了多年来的积累与沉淀后, 中国高端冰箱将在今年步入放量增长期, 市场上的产品种类和销售占比会快速提升, 而企业的促销力度都将转向高端冰箱。2010年我国高端冰箱市场的份额有望突破35%, 乐观预测最高可达到40%。而城市市场的高端冰箱销售比重将突破50%。因此, 海尔、容声、海信、三星四强在高端市场争霸的格局, 将变得更加激烈。

主持人: 从2010年“元旦”冰箱市场看, 对开门冰箱为代表的高端产品将被更多消费者选择, 而在这一产品升级大战中, 价格将成为左右升级步伐快慢与否的决定因素之一。但钢材涨幅逼近10%, 这势必导致冰箱产品成本上涨3%左右。各位预测一下, 2010年春节的高端冰箱价格是降还是升。

**俞晓芸:** 从目前的销售情况来看, 三星高端冰箱价格比较稳定, 但考虑到中国人在春节置办年货的传统, 三星春节期间将在全国各地展开促销活动, 这些大力度的促销活动将在一定程度上使高端冰箱在普通消费者中得到进一步普及。而从整个行业走势来看, 高端冰箱价格下移和消费关注度价格区间上移是行业的两个趋势。

**陈正伟:** 高端冰箱价格从高走向低是市场必然趋势, 新品上市后旧产品就得让路, 要清理旧产品库存, 降价则是最好举措之一, 但短期内价格应不会出现大规模

降价的局面, 预计幅度在几百元至2000元左右。因此, 上游原材料涨价或让企业的压力倍增, 但海信科龙会尽力通过内部优化管理等手段消化压力。

**马伟强:** 钢材价格每上涨10%, 将带动空调、冰箱、洗衣机产品的成本分别上涨3.87%、3.05%和0.80%左右。目前还没有企业表示会因钢材涨价提出家电产品涨价诉求。因为生产厂家通常不会选择直接涨价, 而是通过调整产品线, 提高中高端产品占比来消化生产成本的增加, 因此, 现在还无法判断上半年家电的价格走势, 很多因素还需要观望。

主持人: 中国冰箱业在经历了无氟、省电、杀菌等概念的拼杀之后, 冰箱市场又开始集中火力主攻“保鲜”新领地。制造企业纷纷倾力“保鲜”: 三星推出“长久保鲜”技术; 海信两门镜面矢量变频冰箱、容声“七彩光合养鲜”冰箱等产品相继推出, 这表明“保鲜”市场迎来“百花齐放”。

**马伟强:** 与2009年中国冰箱市场呈现出来的节能、保鲜、时尚三大产品流行趋势相辅相成的是, 市场需求也正是朝着这三个方面倾斜。根据腾讯家电网对全国15个城市6000样本消费者的调查显示, “外观时尚型”、“保鲜型”、“环保节能”成为消费者购买的三类冰箱。

**陈正伟:** 在6大类影响冰箱购买因素的指标中, 冰箱的保鲜、节能指标, 已经成为消费者购买的首要关注点。科龙推出的容声“原生态”冰箱受到热烈欢迎, 就充分说明了这种消费趋势。而容声“原生态”冰箱之所以受到热烈追捧, 主因是它创造性地开发出了“主动保鲜”的功能, 能够长时间保证蔬菜水果中的氨基酸、蛋白质、碳水化合物、维生素和多种微量元素不

流失, 处于原生态股的新鲜状态, 从而更加有利于人体吸收。

**俞晓芸:** 冰箱主攻“保鲜”是行业价值回归的表现。三星冰箱在价值回归的过程中, 以创新实现了“保鲜”技术的不断升级, 推出了行业内领先的“天然保鲜室”技术, 实现了对食物的“长久保鲜”。针对冰箱中最容易出现的食物串味现象, 利用三星独有的“新生双循环制冷系统”, 将冷藏室和冷冻室完全隔开, 不仅保证了对开门冰箱内冷藏室与冷冻室之前不串味, 同时还能牢牢锁住食物水分, 让果蔬长久保持新鲜。冰箱制造企业只有这样不断创新, 不断进行技术升级, 才能够让冰箱“保鲜”技术不断满足消费者越来越高的要求。

## 事件: 日立被迫撤出中国市场

据《中国企业报》报道: 近年来, 日立在中国国家电市场上一直是“只闻其声, 不见其人”, 其在空调、电视、冰箱、洗衣机等业务上, 有的已经主动退出, 有的还是苦苦坚守, 而其在中国的生产工厂也成为海外市场的供应商。

**点评:** 不客气地说, 最近几年来在中国激烈的家电市场竞争中, 日立都无任何还手之力地来参与市场竞争, 无论是在中国的空调、冰箱、洗衣机等传统白电市场上, 或是在平板电视等新兴市场上, 日立都成为市场“看客”, 不仅无法很好地参与市场份额的争夺, 还面临生存空间被挤压后的被迫撤退。实在让人惋惜。

## 事件: 三联商社保壳成功

1月30日, 三联商社发布公告称, 公司财务部门初步测算, 预计公司2009年度将实现扭亏为盈, 保“壳”成功。

**点评:** 这意味着2007、2008年连续两年亏损的三联商社股票将免于退市。但\*ST三联新股东国美电器与前大股东三联集团之间的矛盾不断升级。这场与三联集团长久的商战中, 已经分不出谁赢谁输, 而三联商社相继遭遇账户冻结、物业被封、商标权属争议等, 因此, 接下来的三联商社将何去何从, 或许才应该是我们关注的焦点。

## 事件: 尼康D5000相机再次召回

近日, 尼康就发布了一项新的声明, 表示将对旗下的D5000数码相机进行第二次召回。

**点评:** 在此之前的7月份, 尼康旗下部分已经售出的数码相机D5000电源控制系统出现了问题, 并且导致受影响的相机在电池充满电的时候不能正常使用而被召回, 而尼康D5000的二次召回是不幸的消费者需要将自己的尼康D5000打上一个“增强补丁”, 并需要经历“短期”等待才能修复他们的相机。对此, 只能希望这是尼康D5000的最后一次召回了。

## 事件: 创维推全球首台聊天电视

2月3日, 创维集团宣布, 携手全球芯片领导厂商英特尔, 推出两大系列、全球首创即时视讯聊天的酷酷聊天电视(COCO聊天电视), 打造多媒体娱乐新模式。

**点评:** 酷酷聊天电视可使互联网与电视实现真正的无缝融合, 赋予电视机一种全新的即时聊天功能。即时聊天概念植入电视, 将传统的文字即时聊天, 变成视讯即时聊天, 朝着3C融合、三网合一方向迈进了一大步, 也标志着创维电视在3C融合的进程中迈出了更加实质性的一步。

## 事件: 中央空调价格欲涨

2日, 记者从美的、志高等国产空调企业获悉, 由于今年原材料价格上涨了10%, 中央空调价格整体出现普涨的局面。

**点评:** 除了原材料价格上涨带来的成本压力外, 中央空调领域还需要解决能效门槛提高等问题。而每一次能效标准的提高都意味着对企业使用原材料的要求更加苛刻, 为达到新的能效标准, 会提高企业的生产成本, 也必然淘汰一些行业内的小企业。

## 谷歌系统手机首派A60上市

2009年11月, 首派A60上市, 宣告中国手机进入到Android 3G时代。今年2月1日, 首派与其河南总代理郑州杰灵商贸有限公司在郑州举行了“国内首款Android手机——首派A60河南尝鲜会”, 邀请各方人士深入的了解和体验了这部智能手机, 得到良好的反响。

据了解, 首派A60手机采用的是android(谷歌)操作系统。硬件配置的是高通600MHz的处理单元, 并配备最新型3.2英寸的多点触控电容屏, 配合大容量的内存, 让这部智能手机为用户带来十分流畅的操作体验。首派A60从去年11月份上市以来, 由于突出的性价比, 引起了众多消费者的关注。

冯刘克



海信科龙电器河南分公司总经理 陈正伟



三星冰箱华北区销售总监 俞晓芸



腾讯家电网主编 马伟强

## 长虹惠新年 新春购物节

——LED网络电视最高优惠5000元再送长虹大悍马手机

在2010年新春来临之际, 长虹将携手各大电器巨头举行大型“长虹惠新年, 新春购物节”活动。届时, 长虹公司将以全系列产品作为虎年新春大礼, 以超低拜年价格出售给广大市民, 提前引爆LED网络电视新春抢购热潮。

### 产品阵营齐全, 新春LED网络电视全面优惠

作为网络电视产业中坚的长虹, 利用其独特优势率先在LED、液晶、PDP等三大品类上均成功实现网络电视的布局, 从而满足不同顾客的选购需要。长虹更是凭借元旦期间LED促销活动, 占领了LED市场一半以上市场份额, 值得一提的是, 长虹形象级产品LED920系列, 采用了行业先进的LED纯光侧置背光源、双色注塑工艺面板、机身最薄之处不足1.88cm等

等, 这些都成为了消费者追捧的理由。另外, 与传统LCD相比, 更具有超薄、节能、寿命长、环保、广色域、画质稳定等特点, 是您新春购机的首选。

据悉, 长虹LED网络电视还融合了3G技术, 不仅可以有线、无线或3G上网, 在线享受网络中的影视、音乐、图片、天气、股市、新闻等海量资源, 还能实现家中电脑与电视间的资源共享。另外, 长虹LED网络电视还拥有软件在线升级功能, 能让电视的所有配置功能根据时代发展轻松升级, 消费者完全不用担心该系列产品会落伍。

### 58英寸超大网络电视 观看春晚首选电视

除LED网络电视以外, 长虹在元旦期间推出的58英寸超大网络电视将会成为消

费者追捧的对象, 据了解, 该款产品采用了长虹自主拥有的欧宝丽护眼等离子屏, 其特点是可以从色彩、色温、亮度和动态画面方面呵护消费者视力健康, 同时, 它也目前市面尺寸最大的网络电视, 观看精彩晚会或赛事将给您带来前所未有的临场震撼, 必将成为消费者观看春晚的首选。

### 新春特惠, 百万让利, 市民尽享超低拜年价

据悉, 除超薄LED及58英寸护眼网络电视外, 其他系列产品也将参加此次活动, 其目的是满足不同顾客的购买需求。活动期间长虹LED网络电视最高优惠5000元, 并再送一部长虹新款大悍马手机。

详情请至市区各大卖场长虹专柜咨询!

晚报记者 樊无致