

# 涨或不涨 空调厂家有话说

2010年春节过后,空调价格是涨还是降充斥着全国各大媒体的版面,由于成本价格等因素的影响,空调企业始终保持着“涨价”的态度,可是国美传出了降价不同的声音,那么,两方的说法不一,对于消费者到底有怎么样的影响呢?到底空调价格有了怎么样的变化?

晚报记者 朱江华

## 厂家:空调均价涨

实际上,近期铜价也处于上涨状态。记者了解到,2009年年初铜材价格还是2.5万元/吨,但目前已经涨到了6万元/吨左右,相比去年已涨了1倍多。而智利发生的8.8级大地震,将带来国际铜价飙升,这极有可能导致空调从3月中下旬起发动今年的首轮涨价的导火索。

“铜是生产空调的主要原材料,因为空调制冷铜管是制冷剂的通道,是必备的配件,一般来说,一台空调平均要用铜6至7公斤,铜材价格上涨3万元/吨,就意味着生产成本要上涨120元左右。”志高空调公关部部长黄通华对记者说。

海信科龙总裁周小天告诉记者,企业认为今年空调价格会略涨。主要原因是铜铝原材料涨价过大,分别上涨幅度超过100%和60%,铜的成本占空调总成本的15%左右,而中央空调还要更高一些,甚至达到30%。不过他表示,海信科龙空调的价格将维系在去年的水平。

年的水平。

而格兰仕空调总经理韩伟则表示,今年空调价格可能会看涨,第一,空调主要原材料价格自2009年初一直呈上升趋势,仅此一项,成本就增加120元~200元;第二,节能补贴或将取消或削减的预期;第三,高效空调压缩机产能不足,高效空调压缩机需求量剧增,产能出现较大缺口;第四,人工成本增加,各类企业纷纷调高招聘工资,平均增长幅度在10%以上。

但优胜劣汰是竞争的必然法则,空调行业将面临洗牌,那些创新能力不足,成本管理能力有限的空调企业,将面临巨大经营压力,甚至被收购或破产。韩伟断言,品牌集中度主要集中在格力、美的和格兰仕企业,但是不可能出现微波炉式的寡头局面。

## 专家:涨跌说法不一

2010年是空调业界公认的“灾年”。“涨跌论”再次也成为今年红极一时的热门新闻,究竟是厂家主导,还是渠道为王,听听专家的声音:

中国家电营销委员会副理事长洪仕斌认为,在空调价值链的三方来讲,消费者是最没有发言权的,高买低买,取决于家电连锁,而家电连锁也难以决定空调的价格,因为空调的价格主要取决于生产企业的营销策略,市场与销量、产能与产量等。

北京大学经济研究所客座教授贾福春的观点是,从家电行业的竞争规律来看,家电行业一直是价格持续下降的行业。但是,产品价格持续下降并不代表整个空调行业的整体平均价格会持续下降。

家电网主编李韬则表示,尽管两大连锁渠道在本冷冻年度价格涨跌上口径并不一致,但在热销来临之前的高调定向无疑是针对生产企业货源的一次高调争取,而2010年的家用空调关键词是:能效标准。如果国家能效标准能如期推出,消费者除了价格手段外仍没有主导权,生产企业与连锁渠道仍是两大主角。

## 每周声音

### 于清教:害怕被曝光才是最可怕的危机

家电IT(潜规则、售后服务等)等行业问题多多,被曝光的概率偏大。各大网络的调查数据已说明了消费者关注的热点、焦点,因此,3·15的存在,才是真正的危机!害怕被曝光,说明消费者还有很多不满,更说明不少产品或服务提供者心中有鬼。什么时候不怕曝光,什么时候所谓的“3·15晚会综合症”消失了,或许我们的消费环境才能逐渐公正、公平、透明、规则、法制,而这任重道远。中国家电专家于清教就“3·15企业公关”时指出。

### 张纲:不会取消格力“世界名牌”的称号

根据质检总局《关于开展中国世界名牌产品评价工作的通知》(国质检质[2005]95号),格力空调获得了“中国世界名牌”荣誉称号。2009年,质检总局废止了上述规范性文件,决定暂停中国世界名牌评价活动,但该决定并不影响已经获得“中国世界名牌”荣誉称号的格力空调。质量监督检验检疫总局总工程师张纲就格力空调使用“世界名牌”的质疑时表示。

### 董明珠:格力电器不会进入小家电领域

格力电器只生产空调,不生产小家电产品,也不会进军小家电领域。我们与生产小家电产品的企业同属于格力集团,它们也贴“格力”商标,但与我们没有关联。目前格力电器打算就此事与格力集团董事会进行磋商,以后小家电产品可能将不再打着“格力”商标进入市场。格力电器总裁董明珠就“是否会进入小家电领域”时强调。

### 李兴浩:空调行业带头打造“低碳经济”

空调是耗电大户,提高能效,节能省电是空调行业践行低碳的目标。目前看来,国家节能惠民政策的推动,半年时间就让1、2级能效空调占到市场将近50%的份额,对低碳行动是一个有力的推动。因此,空调行业要带头打造“低碳经济”,做节能标兵。志高空调董事长李兴浩就“空调行业如何低碳环保”时表示。

# 奥克斯空调:家电低碳从“减”行动做起



3月17日,奥克斯空调在河南正式启动了旨在提倡消费者责任,增强低碳环保意识的“减”行动。作为此次“减”行动中减少二氧化碳排放的环节,奥克斯空调与中国绿色基金会正式签约,共建奥克斯“绿色中国林”。

每卖出一台奥克斯绿色宝贝机,中国绿色基金会就会收到由奥克斯捐赠的一棵树苗用于我国的环保绿化事业。奥克斯空调董事长郑坚江说:“哥本哈根会议之后,世界开启了‘低碳时代’。‘绿色环保’的理念深入人心。这与奥克斯空调‘健康空调’的品牌内涵是相融合的。奥克斯空调从诞生伊始就比较重视在绿色环保方面的投入,我们更

希望通过今天的‘减’行动一方面积极地履行奥克斯的企业社会责任,为社会的绿化事业做出努力;另一方面要倡导消费者责任,呼吁广大消费者采取低碳健康的生活方式。

据悉,作为空调行业的领军企业之一,多年来奥克斯一直不间断地在绿色环保方面加大投入。在产品开发方面,不断加强健康技术的研发与创新。建立了企业健康实验室,从零部件到产品全部实现了绿色化。并在业内较早地就关注了无氟变频空调,通过以无氟制冷剂R410a替代R22,开启了国内变频市场绿色无氟化的大幕。并以无氟为突破口,实现了变频在能效上的全面提升。晚报记者 樊无敌

# 创意的红 中国的印



CENTER HONG AD

河南中泓广告文化传媒有限公司

HENAN ZHONGHONG ADVERTISING ACQUISITION CO.,LTD

## 资源整合 广告创造先锋

- 郑州晚报一级代理 □ 品牌策划创作 □ 媒体代理发布 □ 平面设计印刷

TEL:0371-67669767