

分享3000亿 小家电进入厮杀时代?



主持人:朱江华



美的日用家电集团总裁 黄健



帕勒咨询有限公司董事 罗清启



腾讯家电网主编 马伟强

主持人:7日,美的日用家电集团宣布,占地1200亩、年产能7000万台、实现产值200亿元的芜湖生产基地正式投产,同时称通过布局芜湖基地,欲占据国内小家电市场半壁江山。不知各位如何看?

黄健:当前全球家电业的竞争从粗放式向精细化转型,这意味着从单点式扩张竞争向多点式精耕转变,是未来几年家电企业的必经之路。此次推出了30个品类500多款全新产品。涵盖了生活电器、微波电器、精品电器、环境电器、整体厨卫5大类别。其目标就是要打造全球最大的小家电生产和品牌基地。

主持人:来自中国家电协会的一份统计数据显示,近年来我国小家电产品的年市场销售规模已达到3000亿元。面对如此具有商机的小家电市场,包括美的、格力、方太、九阳、灿坤、老板等上千家企业纷纷介入后,一时间,小家电市场风起云涌,各位如何看待小家电市场给谁留有后路这一问题?

黄健:美的日电集团的规划是2015年销售规模翻番达600亿。未来中国小家电行业的格局一定是1-2家全能型选手,多家专业型选手共同引领。对于很多企业,为什么做不好小家电,并不是小家电的技术复杂,也不是门槛太低,而是多品类经营对企业的管理能力是一项巨大考验和挑战。

主持人:行业标准的缺失,让小家电陷入行业无序竞争的尴尬。这是业界对小家电市场未来发展的担忧。各位认为如何打破现在这种无国标的局面,来改变小家电产业产能巨大但技术门槛不高的状况,借此促进小家电产业品牌集中度的提升,实现产业结构升级?

黄健:美的与中国家电协会联手制定微波炉、电磁炉、压力锅等品类的行业标准,以提高这些行业的准入门槛,同时提升自有品牌的市场份额。因此,未来的发展是进入一些新的品类,创造一些新的市场,尤其是满足中国传统饮食文化的市场。

挑战半壁江山

罗清启:据美的日电提供的数据,2010年美的小家电销售额达到300亿元,实现了近10亿元的净利润。这对于很多企业,为什么能做好大家电,却做不好小家电,并不是小家电的技术复杂,也不是门槛太低,而是多品类经营对企业的管理能力是一项巨大考验和挑战。

马伟强:美的小家电依靠强大的美的集团做后盾绝对是好的前提,当然最主要还是归于产品品质上。因此,美的如何在一片同质化的小家电产品中突围而出,除了具有差异化的产品和营销外,多品类经营对企业的管理能力是一项巨大考验和挑战。

1/3品牌将退市

罗清启:面对庞大的市场容量以及高达15%至30%的利润空间,家电企业谁不心动而行动。但任何一个品牌都会同时面临两种情况,一边是诱人的市场蛋糕和具备足够想象空间的市场规模,一边是激烈的市场竞争和营销手段的同质化,如何从众多品牌中成功突围,是一个考验,也是一件很有意思的事情。

马伟强:目前国内生产小家电的工厂达到数万家,市场上能够见到的有一定影响力品牌近300家,未来5年内厨卫家电行业眼前摆着一块超过3000亿元的喷香大蛋糕。因此,在小家电市场残酷竞争压力之下,将有1/3的小家电企业被淘汰。

产业升级迫在眉睫

罗清启:小家电产业升级是不可逆转的趋势,在小家电国际标准的相继修订出台后,将会对国内中小企业造成较大的冲击,我国小家电行业品牌集中度会越来越高,行业领导品牌也将在此轮洗牌中迎来新的扩张良机。

马伟强:看到了小家电市场的新发展,也要看到小家电行业由于准入门槛较低,一些企业不能严格自律,消费者投诉量的增长速度甚至超过了小家电市场规模的增速。要治理这一混乱局面,除了依靠激烈的市场竞争大浪淘沙,就是用行业标准规范市场。小家电业才能健康快速地发展。

朱言 辣语

事件:索尼召回7000余台电视

日前,因绝缘性能不达标,上海索尼映像公司向国家质检总局递交了召回报告,将从即日起召回2010年12月至2011年3月期间生产的7038台索尼液晶电视(涉及型号:KDL-40CX520和KDL-46CX520)。

点评:本次召回范围内的电视机,由于电源板部位使用的防震材料在高温、高湿和长时间使用等极端条件下,个别用户可能会感觉到轻微的刺激感。对此,消费者如有以上产品,可以拨打索尼(中国)客服电话4008109000咨询并进行免费的检查、维修。

事件:TCL跨国维权达成和解

4月8日,TCL集团发布公告称,TCL集团及TCL多媒体分别支付和解金额233万欧元和1167万欧元,共计1400万欧元。与TTE欧洲之法定清盘人达成和解方案。

点评:至此TTE欧洲重组诉讼尘埃落定,但达成本次和解协议而增加的支出将不会对公司财务上构成严重的负面影响。TCL将甩掉历史包袱,在全球化进程中轻装前进。

事件:统一进军家电业

近日,方便面生产巨头统一宣称,将斥资7.5亿元人民币进军家电、物业管理等行业。

点评:且不论统一此次的多元化经营能否“救国”,家电行业逐年减弱的毛利率正让家电大鳄们头痛不已,纷纷投身地产等行业,统一此次一个无甚过硬技术基础的食品企业也临门掺和进来一脚,恐怕是难有作为,“曲线救国”。

每周声音

厨卫到了制订规则的时候

厨卫市场到了该有寡头介入和制订新游戏规则的时候了,美的在产业升级转型这样的节点上来布局厨卫,并通过其规模优势和价格手段强势介入厨卫市场,做到极致,势必给原本一潭“死水”的厨卫市场带来很大的冲击波。

——家电产业观察家刘荷清

高端家电产品需求激增

随着家电“以旧换新”等政策的稳步推进,城市居民对家电更新换代的需求加速释放,对大容量冰箱和高效变频空调的需求也随之激增,潜力巨大。

——海信科龙总裁周小天

彩电近期不可能涨价

彩电行业还没有实现垄断,反而是竞争非常激烈,这种情况下,你的产品涨价,我可以选择其他供应商,因此,即使日本的液晶面板涨价也不会导致整机上涨,因为竞争市场决定了谁的产品贵了就没入买。

——创维董事局主席张学斌

电子博览会擎起“绿色”大旗

一年一度的中国国际消费电子博览会(SINOCES)将于今年的7月迎来自己的第十届盛典。

4月11日,记者从SINOCES组委会获悉,今年的SINOCES除了继续设立电子书、平板电脑、家电下乡、物联网等一些特色展区之外,还将着重突出“绿色低碳”专区。

SINOCES组委会相关负责人接受记者采访时说,作为亚洲地区最大的消费电子展,在“十二五”的开局之年,SINOCES在搭建全面展示消费电子产业以及相关行业的节能产品、设备及专利技术平台的同时,实现绿色经济发展模式,引导企业参与新兴产业的建设,提高企业的核心竞争力。

晚报记者 朱江华

低频是变频技术的发展趋势

中国自主研发的变频技术,如格力第二代低频转矩控制技术,最低可达到1Hz,使空调运转频率更宽,达到国际领先水平。

那么1赫兹与10赫兹相比有什么好处呢?

1Hz与10Hz变频空调相比,有两个显著区别,其一是低频运行功率更小,最低可达45w,而10Hz变频是1Hz功率的5倍左右;其二是可以实现更宽的冷(热)量输出,而10Hz冷(热)量调节范围窄,更容易停机,温度波动大,舒适性差。

格力的1赫兹变频技术达到世界先进水平,制冷专家指出,要达到这样技术水平的确有一定的难度,这需要更多的企业加大自主研发投入,不能在掌握低频变频技术上“一步慢、步步慢”,否则将难以在激烈的市场竞争中占据有利地位。

朱江华

三大核心打造三星智能电视

掠过手机,智能风暴开始大肆席卷电视行业。在中国三星论坛(China Forum)上,展出的LED 6系列以上和等离子8系列的13款电视均为智能电视。智能电视的全面登场引发了众多期待,2011国内电视市场将发生怎样的“智能进化”?

智能应用:简单直观是关键

毋庸置疑,智能电视是高科技的产物,但这并非意味着操作的复杂性。三星Smart TV的应用操作都力求简单直观,核心在于智能应用

中心(Smart Hub),将网络内容、Apps应用程序、Allshare无线共享内容、电视频道列表等所有内容整合到一个界面中,方便用户找到所需内容。借助全智能搜索引擎(Search All),更轻松实现了对以上内容进行随心搜索。

内容丰富:应用拓展更方便

作为家庭娱乐中心,三星Smart TV具备强大的“互通”特征。D6600系列以上开发的网络浏览器(Web Browser),可以自由输入网址轻松上网,将电视机的拓展性大大增强。并支持同

时打开多个页面以及收藏夹、历史记录、网站过滤等功能。三星Smart TV还可自由安装和卸载应用程序,三星应用程序商店(Samsung Apps)丰富的应用程序满足用户在包括娱乐、资讯、游戏和社交的各种需求。通过Allshare无线共享功能,还可与家人朋友一起分享电脑、手机等连接设备中的电影、图片及音乐。

3D体验:全面升级更震撼

在此次发布的三星新品中,3D功能下探到6000系列以上的产品。通过3D技术的改进,

三星Smart TV实现了真正全高清的1080P画面,利用先进的3D峰值控制算法,提供更完美的2D画质和更有层次的3D景深。此外,通过缩短反应时间改进对比度,由此呈现出更明亮的3D画面,减少视觉观赏疲劳。而3D音效增强技术(3D Sound)则可实现声音和视频的同步,营造身临其境的观感体验。

在本次中国三星论坛亮相后,三星LED系列新品将陆续进驻国内的各大家电卖场,届时消费者将可零距离体验三星LED电视带来的智慧生活和身临其境的终极娱乐体验。朱江华