



新闻背景 奥维咨询数据显示,今年五一,各冰箱企业展开白热化市场争夺战,海尔、美的、海信科龙三大家电集团与外资品牌不约而同集中降价,降幅达12.4%。

价格战打响 冰箱再掀降价潮?

主持人:为提升中高端市场份额,海尔、美的、海信科龙三大家电集团与外资品牌不约而同集中降价,降幅达12.4%。各位如何看待这次冰箱业价格战再次显现?

陈正伟:五一期间,海信携旗下科龙、容声两大品牌联合发力,以推新品的方式加大高端冰箱的买赠力度,产品以多门冰箱、意式三门等新品为主,销量比去年增幅高达92%,特别是具备高端、智能等特点的产品成为市场热点,这表明完善的产品线和实惠的价格是海信制胜的关键。

张峰:从国美销售数据来看,三门冰箱平均价格从4335元降到现在的3354元,降幅达到43%。

冰箱市场掀降价潮

对开门冰箱由原来的9374元下降到7171元,下降了24%。因此,冰箱业竞争惨烈,企业通过增加高端冰箱的产品线投入,不仅有利于增加企业利润,也可以打造企业的高端形象,赢得竞争优势。

陈钢:企业对高端产品投入的增加直接导致了竞争加剧,致使产品价格下降。但如果说价格调整的最终目的是为了抢占市场份额,恐怕难遂人愿。随着国内消费水平和消费观念的转变,对冰箱的要求不再是“能冻就行、便宜就买”,因此,如何提供满足消费者需求的创新产品才是企业比拼的重点。

主持人:受节能产品惠民工程、家电“以旧换新”等政策的拉动,2010年国内冰箱销量5096万台,同比增幅接近30%。这也迎来创维、康佳等品牌纷纷加入,有业界评论称,此次由一线品牌发动的价格战的目的是封杀“冰箱新军”生存空间。各位如何评价这一观点?

张峰:据国美销售数据显示,2011年冰箱市场品牌竞争是一超多强的竞争局面。基本上形成以海尔超级强势品牌遥遥领先,美的、容声、海信都有14%左右市场份额的局面,形成一组竞争态势和优势水平。因此,封杀“冰箱新军”们生存空间说法不准确。

陈正伟:当前冰箱市场已进入过剩时代,现阶段企业必须根据消费需求制造产品,此时谁能率先满足消费者需求,谁就将取得市场主导权。海信在满足消费需求方面走在了行业前列,这是海信冰箱深得消费者认可的关键。

市场冲击力度有限

陈钢:目前海尔、海信科龙、美的等冰箱巨头留给行业新军和小企业的市场空间也非常小。尽管目前市场上出现了像奥马冰箱、浙江慈溪多达30多家的冰箱企业等新军,这并不代表冰箱市场仍存在较大增长空间。这是因为这些大企业在多年的市场竞争中积累了较高的品牌知名度,构建了完善的市场营销网络平台,这使得许多行业新军很难在产品价格上做文章。

品质竞争成为焦点

张峰:可以预见,2011年的国内冰箱市场,品牌竞争将更趋激烈。产品升级引发的产业升级将给冰箱企业带来更多的机遇,如何跨越节能升级、制冷剂替代等技术门槛,将为冰箱企业重新构建竞争格局提供良机。

陈钢:面对市场不断变化的形势,必须寻求差异化的竞争优势,抢占价值链高端,国内品牌对中高端市场全面接入,本土品牌搞低端固有格局正在解体。与此同时,由产品升级引发行业竞争不断升级。

深度睡眠变频空调 美的让你睡个好觉

充足的睡眠非常重要,特别是深度睡眠,是身体自行修复、消除疲劳的关键时期,大脑也只有在深度睡眠的时候才能得到真正的休息。因此,对舒适的深度睡眠空间的需求就更迫切,美的深度睡眠变频空调,就是为此诞生的。

美的深度睡眠变频空调,独家运用拥有国家发明专利的深度睡眠曲线,能够按照当前设定温度曲线和风速曲线自主调节房间内温度。如果消费者调整设定温度和风速,系统则会按照更改后的设定温度和风速运行,并记忆更改后的设定温度和风速,全面满足用户对睡眠环境的个性化需求。

同时,美的深度睡眠变频空调采用创新的柔性制冷保湿技术,在达到设定温度后迅速转为柔性制冷运行,减少空调降温过程中的除湿量,相对普通空调提高室内空气20%的含水量,让皮肤可以保持柔润舒爽,充分的保湿对于延缓皮肤衰老非常重要。

另外,美的深度睡眠变频空调,可以根据空

调使用人员和室内外温度的变化情况,自动调节空调运行频率,实现可达±0.2℃的精确控温运行。同时,采用压缩机静音技术和内外风机双静音技术,实现空调长时间室内外双静音运行,营造温度平稳且宁静舒适的睡眠环境。

运用独创的深度睡眠曲线和领先的变频空调核心技术,美的深度睡眠变频空调从“恒温精控、舒适湿度、内外静音”三大维度,为用户打造“超微感”舒适的深度睡眠环境,让你睡个好觉,延缓衰老。

朱江华

康佳领航“智能3D”新时代

5月21日,国内领先的消费电子品牌康佳正式迎来31周年庆典。为了回馈广大消费者长期以来的厚爱和支持,并且让更多的消费者享受到智能3D电视带来的全新体验,康佳即日起在全国范围内启动多重感恩回馈,为广大消费

者带来史无前例的优惠活动:最让人心动的是十倍翻番认筹活动:购买康佳988PD产品,100元的认筹金额将抵1000元的购机款项,其他产品也有类似认筹优惠。有人人士表示,认筹是地产行业的营销模式,而康佳则在彩电业内第一

次引进了这样的模式,可以说是回馈力度空前让利行为。除了上述优惠感恩活动外,在厂庆期间,凡参加康佳31周年有奖征文活动,有机会获得夏威夷豪华双人游,可谓惊喜多多,实惠不断。

朱江华

朱言 辣语

事件:空调补贴本月底终结

15日,中国标准化研究院能效标识管理中心副主任王若虹透露:“现在已经很确定,本月31日空调节能补贴将停止。”

点评:目前铜价处于高位,节能补贴又被叫停,整体环境对于空调企业不利,一些大的空调企业就会将这个时机视为行业洗牌期,肯定不会领涨,小企业更不具备价格话语权,否则,会在这个过程中被淘汰。

事件:空调提价10%

近日,从相关企业获悉,受空调节能惠民补贴取消的影响,空调产品均涨10%左右。

点评:一方面空调节能惠民补贴取消,另一方面原材料价格的大幅上涨,这决定了空调价格上涨变成现实,但毕竟空调市场的竞争越来越激烈,如果贸然大幅涨价,会把消费者吓跑。

每周声音

3D标准不具战略意义

3D是电视产业发展战略中的一朵小小的浪花而已,即使有标准也没有用,决定电视产业未来生死存亡的东西是软件平台和芯片,3D仍然要依附它们,相对这些而言面板这么重要的东西都是配角,3D算什么,日本韩国电视企业基本是电视产业中的大的和新的被边缘化者,因此,中国电视企业的产业处境就更艰难了。

——帕勒咨询资深董事罗清启

电视不会被电脑取代

电脑是个人办公和娱乐产品,电视作为一个家庭公共娱乐的终端产品,不会被取代。但是功能会融合,电视的产品功能会更丰富,相关产业之间的渗透和延伸更紧密,但并不会改变电视作为家庭娱乐产品的定位。

——创维集团董事局主席张学斌

普及智能甘愿先驱变先烈

智能化普及第一需要解决应用链。在一个没有应用环境的智能时代,一切硬件设备都是空谈。至今国内彩电行业中各品牌各自为战的局势依旧,如果能早一天实现不同品牌之间传输协议一致或兼容,那样智能化的中国家电消费市场才能真正的成熟。因此,海信普及智能甘愿先驱变先烈。

——海信集团董事长周厚健

背负太多源于社会的浮躁

这个社会是个浮躁的社会。因为浮躁,很多人都想暴富,现在年轻人的暴富心态也很强烈,浮躁蔓延到各个层面去,包括草根对所谓成功企业家的这种羡慕、忌妒、恨,这种东西就变成了病态的东西,因此自己不想背负太多。

——家电业职业经理人陈晓

偏光式3D电视仅为标清水平

目前偏光式3D电视的清晰度只能达到标清水平,按照国家高清标准规定,全高清显示器分辨率应为1080线,而偏光式3D电视的画面将左右眼的画面分离并显示于同一空间,因此垂直分辨率为540线,导致垂直分辨率降低一半。

——三星电子LCD事业部CEO张元基

国补停止不是空调涨价理由

空调能效补贴的停止不可能成为厂家们涨价的理由。目前空调市场一直处于供过于求的状态,竞争异常激烈。如果为了应对成本上升,而将损失转移到提高价格上,这是没有什么可行性的。

——上海家电协会秘书长韩建华