

从对手到结盟,从“零散制造”向“共同创造”迈进 中国家电业面临重新洗牌

近日,一向竞争激烈、擅长单打独斗的家电业爆出“结盟”的新闻:创维与志高相互持股,海尔与格力渠道合作,海信、长虹和TCL结成彩电技术联盟,通过互借优势以降低竞争成本拉低产品价格,并共同提升综合竞争力与服务力。帕勒咨询资深董事罗清启指出,未来,中国家电业将从“零散制造”迈向“共同创造”的新模式。

晚报记者 朱江华/文 赵楠/图



从对手走向“帮手”

对价格战习以为常的中国家电业,最近劲吹“竞合”新风——创维与志高相互持股,海尔与格力渠道合作,海信、长虹和TCL结成彩电技术联盟。

5月6日,创维数码增持志高2400万股,申报每股平均价0.767元,总持股量增至42500万股,占总股份的5.06%。

在此之前,格力电器总裁董明珠在微博中称,格力有数万家专卖店,渠道资源布局好,引入的品牌必须与格力品牌相似,具有世界影响力。比如海尔的冰箱、洗衣机产品。

5月16日,海信与TCL、长虹共同成立了“中国智能多媒体终端技术联盟”。业界将此次结盟成立表述为“国内家电企业第一次真正联合起来”。

更早,创维和华帝共享渠道,扩大销售网点。

为什么过去喜欢“窝里斗”的家电企业能走到一起,而且能在具体业务层面上谋求合作呢?

答案只有一个,利益!帕勒咨询资深董事罗清启认为,

在经历了排浪式消费时代的无序发展,一轮轮兼并重组、

市场淘汰后,中国家电工业生产集中度日益提高,进入了寡头较量、品牌对垒阶段。但由于游戏规则不规范,加上有更多的后来者、竞争者进入,中国家电业近年来市场竞争高度白热化,价格战此起彼伏,企业间剑拔弩张,致使行业的发展后劲严重受损。

与此同时,随着家电外资企业在中国进入稳定发展期,正不断整合在中国分散的企业、产品资源,形成竞争新态势。

严峻的现实,已向中国家电企业提出了一个崭新的课题——如何在未来的竞争中赢得新优势?越来越多的企业、企业家清醒地意识到,是到了改变中国家电业竞争法则的时候了。资深产业观察家刘荷清告诉记者,推行合作中竞争的新战略,实现共赢,是中国家电业理性的选择。

面临重新洗牌?

创维与志高相互持股,海尔与格力渠道合作,海信、长虹和TCL结成彩电技术联盟,体现了中国家电业成熟度的提高,它至少传递了两个重要的信息——

一是中国家电业已经从竞争走向了竞和战略。由于格力空调“专业化”,销售能力强,然而产品较为单一,而能与格力空调地位匹配的,也就是海尔的冰箱和洗衣机,三者均是全球销量第一的产品。显然,对于格力来说,充分地利用渠道资源,将专卖店销售渠道利用最大化,增加其他盈利板块,增加企业总体盈利能力,不乏是明智之举。

苹果、谷歌盯上了智能电视的大生意,苹果的Apple TV、谷歌的Google TV向电视产业渗透,让老牌彩电企业感到巨大的威胁。海信集团董事长周厚健坦言,现在最大的敌人不在内部,中国的彩电企业只有联合起来建立标准,才能夺得更大的话语权。

二是拉开中国家电产业格局重新洗牌的序幕。资本和品牌的结盟,将掀开中国家电业的洗牌!罗清启认为,当竞争者以少而集中在几个巨头手中时,竞争相应就上升为一个高度,而形成联盟后,各企业规模会有较大增长,盈利能力得到提升,双方的整体盈利总量会翻倍增长。

显然,创维与志高相互持股,海尔与格力渠道合作,海信、长虹和TCL结成彩电技术联盟,不讲兼并,只是寻求合作,实现互补共赢成为这一格局形成的写照,中国家电业以这样的状态步入下一个时代。资深产业观察家刘荷清则表示,在这种合作模式引导下,中国家电格局竞争主体将不再是家电集团,而是以同盟为单位作战的家电联盟。

结盟须谨防法律雷区

从以往的经验来看,中国的家电行业一盘散沙,难以形成有效的联合;此次各家企业为了应对共同的危机而结盟,说明市场竞争的压力已经迫使中国的家电企业携手共同面对困境。

中国电子商会副秘书长陆刃波指出,从立法宗旨和未来发展中国反垄断法的价值取向来看,家电企业结盟如果出现了协调市场、价格共谋、排挤其他者的行为,那么,无论是按照传统的反垄断法理论,还是根据现代反垄断法的精神,都可能构成违法。

由“调温度”到“变环境” 美的深度睡眠变频空调成首选

“用了美的深度睡眠变频空调后,每天睡觉都舒舒服服,第二天精神都好多了。”广东的申先生说,“以前买的空调噪声比较大,还忽冷忽热,让我入睡比较难,现在换的美的变频空调几乎没有任何声响,温度还恒定,这样一来,我可以一觉睡到天亮,感觉身体都好了很多。”

晚报记者 朱江华

深度睡眠环境的全面解决方案

美的空调相关负责人表示,经过深入研究,美的发现空调单纯的制冷或制热功能已经不能满足消费者的需求,随着生活品质的提高,只有潜心研究符合消费者需求和使用感受的产品,才能真正服务好消费者,进而被广泛接受和青睐。

从2008年率先掀起变频空调普及风暴,美的正是依靠对消费者需求的精准把握,成为变频销量冠军,成为消费者首选。2011年,美的空调推出了“深度睡眠”系列变频空调,全面满足消费者在进入深度睡眠阶段对环境的所有需求,采用国家发明专利“深度睡眠曲线”,营造“恒温精控、内外静音、柔性保湿”的舒适睡眠环境,颠覆传统的“制冷、制热产品”概念,为消费者的睡眠健康提供支持,再次树立行业标杆,主导了行业发展的最主要趋势。

美的空调该负责人告诉记者,空调已经从“调温度”到“变环境”开始了功能的转变,美的“深度睡眠”系列变频空调均采用由超高效双转子压缩机和高金镀膜换热系统组合成的“硬件系统”,和压缩机、电控、智能部件等方面的十五大超微感变频精确控制“软件技术”,省电效果非常明显,为用户提供了深度睡眠环境的解决方案,自然备受消费者青睐。据悉,在五一期间,美的深度睡眠系列变频空调热卖全国,部分店面甚至出现断货现象,足以看出消费者对产品的热烈追捧。

全满意服务免除顾客后顾之忧

美的空调坚持“用户至上”的宗旨,在不断提升产品力的同时,更是在售后服务等方面实现创新。“美的正在展开无处不在的服务营销,让服务成为顾客向他人炫耀的资本。”业内专家分析道,提供与竞争对手与众不同的差异化服务,是美的独树一帜的制胜之道。只有当企业的服务价值是竞争对手所未能创造和提供的、差异化的、个性化的,才能够通过服务营销创造、维系顾客忠诚度和好口碑。

今年,美的宣布从2011年1月1日起,凡购买美的变频空调的消费者,自购买之日起一年内,若因产品本身质量问题,均可享受“免费包换”服务;而美的一直实施的“变频空调无条件十年包修”政策继续有效。至此,美的变频空调成为全行业首家推出“一年包换+十年包修”标准的企业,为消费者带来了福音。

从2009年的“变频制热不满意无条件退换”服务到2010年的“十年包修”服务,再到今年的“一年包换”服务,美的变频空调始终从消费者利益出发,不断创新服务方式、提升服务水平,免除顾客购买的后顾之忧。在眼下空调销售旺季到来之际,美的变频空调的“全满意”服务将为更广大的用户提供最舒心便捷的保障,树立了行业服务标杆,进而引领全行业服务水平不断迈上新台阶。

Skyworth 创维
健康美妙生活

健康科技 与众不同
making differences

酷开智能3D

智能 Android 与众不同

E96系列

全新E96RS系列,搭载Android智能操作系统。

Android智能操作系统 Android浏览器 智能互联 不闪的3D 3D引擎

优惠一: 购创维酷开智能3D,最高优惠3000元;

优惠二: 购创维酷开智能3D指定型号将赠送价值1980元的超薄音响一套。

优惠三: 购创维酷开智能3D,终身免费拷贝3D电影;

活动时间: 5月28日-5月29日

活动地点: 郑州各创维专柜

报名热线: 0371-66613503 18638523622