

上半年增速放缓 冰箱行业洗牌在即

近日,《2011年上半年中国冰箱市场研究报告》(以下简称“报告”)出炉,数据显示2011年1月至6月中国冰箱市场的增速放缓,市场竞争格局日益加剧,品牌的集中度越来越高。帕勒咨询资深董事罗清启认为,冰箱产业调整和结构优化将成为行业的必然。

晚报记者 朱江华

市场增速放缓

近日,国家信息中心发布《2011年上半年中国冰箱市场研究报告》显示,上半年冰箱销售量虽然同比有8.24%的增幅,但增长幅度已经明显低于去年同期水平。而不同档次的冰箱今年以来的表现也是大相径庭:高端冰箱销售大幅增长,而普通单门、双门冰箱销售下滑严重。

造成这一现象的原因,很大程度上应当归结于政策使然。2010年,在家电下乡、以旧换新等国家政策的支持下,整个冰箱市场有很大提升。但是,2011年以来,政策效应的递减直接影响了市场的活跃,增长态势明显低于去年同期。

品牌集中度提高

2011年上半年中国冰箱市场迎来结构调整期,受到原料人工成本上升、产能过剩等因素影响,加上家电下乡进入后期农村市场也逐渐饱和,今年中国冰箱市场的品牌竞争更趋激烈。

《报告》显示,在家电下乡政策的推动下,市场竞争也越来越充分,冰箱行业品牌集中度越来越高,美的、海尔、西门子受关注度接近60%,基本形成“三足鼎立”的竞争格局。

罗清启分析,当政策利好不再时,中小冰箱企业因缺乏动力,在大企业强大的实力面前将逐渐消失,市场份额将一步步地被大型冰箱企业吞掉。冰箱行业竞争的激烈化发展,产业调整和结构优化将成为行业的必然。

行业分析

家电出口未受美降级影响

上周五,标准普尔降低对美国主权信用评级,再度为全球经济衰退迹象蒙上阴影。各种恐慌的舆论随之而起,对中国来说,标准普尔的举动带来的涟漪效应是影响到中国的出口,对于国内家电出口来说,会否就此遭受波动?

中国机电产品进出口商会高级商务专员于治璞表示,简单从美国主权信用评级降级去看对中国家电出口的影响,暂时还看不出,假若有影响,要在1、2个月后从企业订单情况来看,目前的出口仍然以执行前期订单为主。

于治璞提醒,家电出口企业应该关注一下此次评级降低后,美国货币政策调整的情况,这可能对出口带来一定影响,但于治璞称,中国货币政策也可能微调,而外界现在对人民币看空,这也意味着,出口企业承载汇率的风险未必有想象中的大。

从近期海关统计数据来看,今年上半年国内家电(以白电为主)出口增长24%,同比去年28%的增幅下降了4个百分点,于治璞认为这个增长情况还是相对不错的,但国内出口企业以欧美市场为主,这两个市场出口增长不乐观,上半年数据反映,亚洲、俄罗斯、东欧、南美、非洲等出口目标市场保持了较好的增长。

晚报记者 朱江华



城市家庭家电品种拥有量的饱和让家电市场竞争更激烈

8月8日,家电行业研究机构中怡康发布的一份报告显示,今年上半年全国家电市场销售规模达6123亿元,同比增长12.8%,增速同比下滑11.1个百分点。中国电子商务副秘书长陆刃波指出,2011年下半年家电市场的不利因素还将存在,一是产能过剩;二是城市市场主要家电品种百户拥有量饱和持续提升加之房地产市场销售低迷,一二级家电市场消费状况不容乐观。

晚报记者 朱江华/文 赵楠/图

上半年下滑一成 家电市场销售额面临危机

家电产品增速均放缓

2011年家电市场过于平淡的开局带来的不良后果在第二季度持续发酵,造成当前整体家电市场表现不够给力的现状。各品类市场增速均呈放缓态势。

据中怡康推出的最新数据显示,2011年上半年中国家电市场销售规模达6123亿元,较

2010年上半年增长了12.8%。与去年同期增速高达23.9%的情况相比,今年上半年的整体市场增速下滑了11.1个百分点。

按品类看,彩电、冰箱受政策因素影响及百户拥有量进一步饱和,2011年上半年销售额同比增速分别为2.2%和2.0%;吸油烟机、燃气灶、热水

器等厨卫产品受房地产市场低迷影响,2011年上半年销售额同比增长分别为7.1%、8.3%、7.2%。

陆刃波认为,导致上半年家电销售增速下滑的原因多种多样:例如厨卫电器销售受到房地产市场低迷的影响,数码产品受到移动互联网产品渗透加速的冲击等。

全年家电销售预增10%

面对2011年上半年的不够给力,中国家电行业下半年会“峰回路转”还是演唱“忐忑”神曲,这将是众多家电企业家最为关注的问题。

中怡康预计2011年整个家电市场规模将

在12000亿元左右,增长速度超过10%。但同时指出,2011年下半年家电市场机遇与挑战并存,市场竞争将更加激烈。

陆刃波表示,“十二五”时期是中国发展的关键时期,随着规划中“扩大内需”这

一长期基本国策的确立,它将有有利于提高居民的收入,相应极大的释放消费者的购买力,从而进一步刺激家电消费市场的增长,家电企业在这一历史机遇下发力将会事半功倍。

SDK标准发布

海信 TCL 长虹产品将贴标

自TCL、长虹、海信在今年5月成立中国智能多媒体终端技术联盟(简称中智盟)后,时隔3月,中智盟发布了应用程序商店技术标准SDK,并宣布与宽带资本共同推进设立智能多媒体创投基金。

据悉,TCL、长虹、海信三家的智能终端的遥控器将实现通用,目前这三家智能电视占到60%以上的市场份额。另外,长虹、TCL、海信所有的电视机型,出厂时都将有中智盟的标志。

据海信集团首席信息官兼副总裁王志浩介绍,此联盟遵循“联合、自律、维权、协调、服务”的方针,面向国内外智能终端相关产业领域,提高智能终端技术应用水平,促进行业标准体系的完善,发展适合中国、连接国际的产业标准。

中智盟常务理事、TCL集团副总裁、工业研究院院长闫晓林透露,中国自主知识产权的智能终端技术标准,终于取得了阶段性成果。自2011年5月中智盟成立以来,撇开企业的小我利益,在理事会、执行委员会和专家组的领导和指导下,应用规范、Linux、Android、测试、知识产权5个工作组分别进行了系统的、密集的专题研究。

四川长虹多媒体产业集团董事长林茂祥表

继TCL、长虹、海信联合成立中国智能多媒体终端技术联盟(简称中智盟)后,8月10日,记者从中智盟获悉,应用程序商店技术标准SDK正式发布,同时宣布与宽带资本共同推进设立智能多媒体创投基金。

晚报记者 朱江华

示,中智盟近期的三大目标是:应用程序商店技术标准、三屏互动技术标准、TVOS。

中国电子视像行业协会副会长郝亚斌认为,随着技术的进步和网络的融合发展,以及以体验为核心的商业模式不断创新,各网络间互联互通,业务运用上互相渗透,实现网络资源最大限度的共享,将成为满足社会发展需求和消费者利益的根本出发点。

目前,中智盟入会企业有联发科技(MediaTek Inc.)、晨星半导体(MStar),以及中智盟战略合作伙伴中国电信(微博)研究院、东软集团、TOM在线、百度、应用汇、宏景捷讯、巨鲸音乐、宏图三胞等企业。



相关链接

宽带资本成立于2006年,是国内最大的专注于TMT领域专业投资管理团队之一,目前管理资金总量超过7亿美金。宽带资本管理的第一支美元基金投资了包括世纪互联、东方龙、旅游卫视等项目,成功推出的项目包括电影社区类网站时光网、旅游卫视等,由宽带资本、北京市政府、亦庄开发区联合成立的北京市祥云工程示范基地-北京云基地目前入驻企业已达13家。

格力1赫兹变频空调不再神秘

近日,格力电器推出的U系列超薄壁挂式变频空调和i系列柜式变频空调不仅拥有时尚靓丽、惹人注目的外观设计,更采用了震惊业界的格力自主研发的“1赫兹”变频控制技术。并将其真正量产应用到了格力变频空调新品当中。这项技术到底有何优势?为什么具备“1赫兹”变频技术的空调会受到市场和业内的好评呢?

目前各大厂家的高频基本可以达到130赫兹到150赫兹。而变频空调中的低频,指的是能使压缩机正常工作的最低频率,即压缩机能达到的最低转速,这个极限就是1赫兹。

采用1赫兹变频控制技术的格力变频空调产品,与定频空调或其他普通变频空调相比,其温控范围更加宽广。在以1赫兹频率工作时,它对温度的精确控制可以达到±0.5℃,用户基本感觉不到温度的波动,因此极大地提高了用户在使用空调时的舒适性。

同时,格力变频空调可以在1赫兹频率下正常工作,压缩机转速很低,能耗大大降低,更加体现出变频空调的节能特点。甚至可以说,格力1赫兹变频空调是目前市场上节能空调产品的最佳代表。

据业内专家介绍,变频空调压缩机结构特点就像我们小时候玩的陀螺。自转的转速越高就越稳定,反之则不稳定。所以要实现超低频运行,就必须先解决压缩机振动、吸排气管脉动以及压缩机回油等一系列技术难题。

因此,想要像格力一样将1赫兹变频技术真正应用在变频空调中同时又保证产品能够正常工作、做到精确控温、空调不停机,如果没有真正掌握变频空调和压缩机的核心技术,是无法做到这一点的。

晚报记者 朱江华