

>>>2011 中国家电——特辑



总第133期

新闻背景

在2011中国家电产业年会暨家电产业竞争力高峰论坛上,中国家用电器协会在发布“家电产业首份技术路线图”的同时提出,中国家用电器工业“十二五”发展规划也将在近期公布。这一连串的消息,对未来中国家电业的发展意味着什么?

路线图 引导产业的发展

主持人:11月27日,在2011中国家电产业年会暨家电产业竞争力高峰论坛上,中国家用电器协会发布了“家电产业首份技术路线图”(以下简称路线图)成为各方关注的重点,它是否预示着未来10年,节能、环保、智能化等将成为家电行业的主题?

王金亮:值得注意的是,未来十年注重由“家电大国”向“家电强国”转变的总体目标并未改变,因此强调节能等核心技术对企业更为重要。鉴于技术和市场的成熟将有助于提高变频空调等产业升级产品的占有率,“路线图”将变频空调所占比例目标也由原定的30%提高到了50%。

蔡莹:2011年至2020年10年间,家电产业目标及技术方向主要围绕节能、低碳环保、性能可靠性、智能化和先进制造。因此,2011年为基准年,2015年和2020年为关键目标年,中国将通过10年的努力,实现由“家电大国”到“家电强国”的转变。这是路线图中给出的总体目标。

姜风:在这个技术路线图的基础上,2011年重点编制了三个重点产品,电冰箱、空调、洗衣机。根据“路线图”,到2015年我国电冰箱能效水平较2009年将提高20%,2020年较2015年再提高15%。到2015年国内市场250升以上的大容量、多门、对开门等中高端产品的比重由现在15%提升到25%,到2020年还将实现整机尺寸标准化,建立嵌入式冰箱标准。

技术路线图出炉 未来家电更环保

“十二五”产值达1.5万亿

主持人:在公布“家电技术路线图”的同时,中国家用电器工业“十二五”发展规划(以下简称规划)也将在近期公布。值得关注的是,规划由原定的1.1万亿元提高到1.5万亿,上调近四成,年均增长率为9.2%。这是否意味着中国家电实现从全球生产规模第一向全球销量第一的迈进?

王金亮:空调作为细分行业规模最大的家电支柱产业,要把握“十二五”的转型机遇,全方位加速产业升级。变频空调、空气源热泵热水器市场的开拓以及制冷剂替代是目前空调行业关注的三大热点。因此,“规划”是符合产业发展方向的路子,也是从中国制造走向中国创造的必由之路。

姜风:“十二五”时期,家电业的主要任务是结构调整、产业转型升级和实现发展方式转变。以技术创新为核心,以品牌建设为突破,以提高管理水平为基础,以节能减排和资源综合利用为主线,通过产品结构、产业结构、市场结构调整以及产业合理布局,引导家电业向质量效益型方向发展。

蔡莹:规划出台为我国家电市场带来了新一轮消费结构的升级和产品更新,同时根据全球产业布局调整和我国家电产业的现状来看,不应再鼓励企业通过盲目追求销量来确定增长,而是通过产业升级,技术替代达到销售额目标,实现增长。此外家电出口额目标将达600亿美元,在全球出口市场的比重将达到35%。

家电污染 控制有章可循

主持人:众所周知,环保节能、绿色消费被重视发展趋势,特别是年会上,有关家电污染控制管理的话题,也成为家电企业和行业话题,目前家用电器被纳入《电子电气产品污染控制管理办法》管理范围。各位有何观点?

姜风:这表明以后进入中国市场的电子电气信息产品都必须做“自我声明”,告知消费者产品有害物质使用情况。不止于此,更要努力做到对有害物质进行替代。

蔡莹:当今,绿色环保、节能减排是整个社会经济发展的一个主题。这是每一个企业的责任,也是我们每一个人的责任,作为家电企业,应该给市场提供绿色产品。而作为消费者,看到污染环境、危害健康的家电产品,则可以不去购买!

王金亮:美的早在2008年就提出了“绿色超越”的经营战略,以“绿色制造、绿色产品、绿色社会”为三大经营目标。美的每年用于绿色制造的直接支出超过5000万元,向市场推出了无氟变频空调、无氟超节能冰箱、智能变频滚筒洗衣机等行业创新产品,实现新产品产值550多亿元,新产品销售比重达到65%以上。



主持人: 朱江华



美的制冷家电集团中国事业部副总裁 王金亮



国家信息中心信息资源开发部主任助理 蔡莹



中国家用电器协会理事长 姜风

事件:志高3D全直流变频空调问世

日前,志高对外宣称,其最新成功研发的3D全直流变频空调,季节能效比达到了8.6,再次刷新世界能效纪录,该产品将于近期批量上市。

点评:2012冷年,在高效变频领域实现领跑的基础上,志高重点将3D全直流变频空调这一差异化战略从变频领域转入高端领域,全面向变频市场的推进,同时,将完全直流空调与同类型的直流变频空调的差价缩小到100元之内,从而抢占变频蛋糕。

事件:格兰仕帅康微波炉登黑榜

11月25日,中消协发布的微波炉产品比较试验结果显示,“格兰仕”和“帅康”两大品牌均有样品被检测出加热均匀性不达标。

点评:在此提醒消费者,从产品性能看,购买2011年3月1日后生产的加贴有能效标志的产品。此外加热均匀性也是产品性能的一个重要指标,如果均匀性差,再高效的产品最终也做不出美味的食品。消费者购买时不要只考虑效率高低的问题。

事件:三大白电销售下滑

11月27日,国家信息中心向记者透露,今年10月份,我国洗衣机销售量增长率为-8.17%;电冰箱同比增长为-9.04%;而空调增幅也出现了下降。

点评:随着市场竞争加剧和整个销售的规模递减,在激烈竞争中可能出现一些不规范的竞争手段,对此企业应增强危机调控能力。因为建立一个品牌需要几十年,但毁掉一个品牌可能是一天两天。企业要增强应对危机的能力。

每周声音

美的筹划新品牌

以美的品牌做高端市场是做不成功的,我们有重新创建一个品牌的思考,从而在利润可观的高端市场打下一片江山。

——广东美的厨卫电器副总裁 梁会生

智能手机平板最快增长年已过

今年是平板市场的大成长年,购买量年增长率可达207%。但明年相关供应链的成长状况恐将放缓,平板的年购买量将下降到只有59%,智能手机也会从年增长63%降至22%。

——美国消费电子协会分析主任 任柯宁

家电网购是一种虚假繁荣

目前,大多数家电网购基本停留在产业初级阶段,仅仅是在作为简单的“杀价平台”存在着。并未找到真正适合自身发展的成熟商业模式,更不用谈及发挥产品流通渠道以及消费需求收集通道的双重作用了。

——帕勒咨询公司资深董事 罗清启

厨电市场不适合姿态过高

厨房电器行业未来产业形态将发生巨大变化,随之也带来新的增长空间,企业应该大力普及厨电产品,切莫用高高在上的姿态让消费者购买力流失。

——格兰仕集团副总裁 陆骥烈

生产企业结构将改变

随着家电下乡的退市,中国家电业的市场格局发生较大变化,企业应重新定位农村市场的开发。目前,分析国内市场,家电下乡退市可能带来最大变化是生产企业结构的变化。——国家信息中心信息资源开发部主任助理 蔡莹

美的空调全直流升级:让高端不再是奢侈品

日前,家电“十二五”规划提出,把“大家电要重点发展附加值高的高端家电产品”作为“十二五”时期的主要任务。高端家电产品的竞争实际上是企业技术、营销、渠道等综合实力的比拼,而产品附加值的提升又进一步强化了企业的竞争力。业内专家指出,新技术的应用及对高品质生活的追求赋予了高端家电更高的产品附加值,在带给用户更多体验的同时,厂家也将能从中获得更多利润。

作为国内最具规模和实力的白色家电企业,美的一直致力于让普通消费者也能够以合理的价格享受到更高端的产品。继2008年以

180°正弦波直流变频空调,让最普通的变频空调消费者也有资格享受到先进的变频控制技术后,美的在2011年再度推动空调行业转向变频最高端技术配置象征的全直流升级,让普通消费者也可以享受到全球最高技术水平的空调产品。

11月9日,美的在北京举行“领先一步 与未来同步”美的变频空调“全直流”战略发布暨新品同步上市发布会,宣布计划两年内完成所有变频空调产品的“全直流升级”,并在2012冷年确保全直流变频空调销售占比达到50%。同时,美的一举推出了9大系列21款全直流变频

空调,以产品力卓越的全线产品,全面拉开变频空调全直流升级大幕。

据了解,美的推出的全直流变频空调与同类型直流变频空调的价格差距缩小到100至300元。至此,全直流变频空调带来的全新舒适体验不再是空中楼阁可望而不可即,消费者能够以合理的价格亲身享受到高端的全直流变频空调带来的更加舒适、更加高效节能的全新体验。

让高端不再是奢侈品。美的全直流升级,将高端技术应用于能够在消费者当中放量普及的机型中,真正让消费者享受到全直流变频空调高端不奢侈的升级体验。

朱江华