

在经历了前两年的高速增长之后,家电行业的发展速度正在逐渐放缓,这一趋势在家电企业近期相继公布的季报中再次得到体现,尤其是在白电行业,净利润增速出现大幅下滑,黑电行业的利润增速几年来首次超过白电行业,但也是建立在去年成绩单过差的基础上,家电行业的整体形势仍不容乐观。

晚报记者 朱江华



在经历前两年高速增长之后,白电净利润开始下滑(资料图片)

格力5项核心科技获国家重点计划

近日,国家科技部公布了2011国家火炬计划、重点新产品计划的立项清单。凭借“掌握核心科技”的创新优势,格力电器多达五项自主研发的项目与新产品被列入2011国家火炬计划和国家重点新产品计划,是我国空调行业中获得此次国家科技项目最多的企业。

其中,格力“高效节能型R410A直流变频压缩机”、“MR系列五种模式热回收模块机组”、“光电式太阳能直流变频空调机组”、“超高效节能空气源热泵热水器”四个项目被认定为2011年度“国家火炬计划”,“应用单相异步启动永磁同步电机的新型超高效定速压缩机”被认定为2011年度“国家重点新产品计划”。

朱江华

财报低迷 白电业进入“冬天”?

财报严峻 白电业大幅下滑

相比较黑电企业的增长速度,这一次,轮到白电企业笑不出来了。从日前公布的季报来看,白电行业的净利润增速出现了大幅下滑。青岛海尔的情况算是最好,三季度净利润达到7.29亿元,同比增幅为31.69%,为行业内最高。格力电器三季度实现营收238.35亿元,同比增长24.46%;净利润15.65亿元,同比增长18.79%,美的电器三季度“空、冰、洗”实现营业收入198.41亿元,同比增长9.41%;净利润为9.05亿元,同比增长1.69%,而就在上半年,美的的增幅数字还有60%之多。而美菱电器净利润更是出现了94%的下降。

美的制冷家电集团中国事业本部副总裁王金亮坦言,未来两三年内,家电行业要逐步习惯从高增长向低增长调整的态势,甚至要做好进入寒冬的准备,这是行业发展的正常规律。

经历了前两年的超常规增长之后,白电业营业收入和利润出现了大幅下滑态势,这是企业面临的一个现实问题。国家信息中心信息

资源开发部主任助理蔡莹指出,建立一个品牌需要几十年,但毁掉一个品牌可能只需一两天。企业要增强应对危机的能力。

第三季度财报相对上一季度“惨淡”,与政策红利的退出预期催动消费者提前消费不无关系。据奥维中国研究院院长张彦斌分析,很多消费者为了赶上政策末班车,进行了提前消费。

开始裁员 企业瘦身过冬

政策退出、外部环境趋紧、市场竞争激烈使白电行业面临多重考验。首先家电下乡政策逐步退出、农村购买力提前释放、节能惠民政策结束都令白电巨头少了相当大一笔的财政补贴;其次楼市低迷,对白电企业无异于雪上加霜。

据中怡康的监测数据显示,今年第三季度,在冰空洗3大类产品中,只有洗衣机表现尚可,零售量和零售额均出现正增长。而冰箱零售量同比下降0.4%,零售额同比仅微增0.9%;空调零售量和零售额同比双降,分别下跌

14.8%和2.5%。

对此,裁员成为白电行业精兵简政的主要原因。

据记者了解,受全球家电市场疲软的影响,松下、索尼、飞利浦、惠而浦等国际企业已先后抛出过裁员计划。另外,索尼还考虑将东京北部大约60公里处的埼玉市的办公楼和土地卖掉。松下公司将旗下三洋白电卖给海尔。

“受整个家电产业的影响,目前的举措是企业主动转型、提高附加值和运营效率的一种表现。这一轮调整可能会持续一两年。”王金陵对记者说。

蔡莹认为,成本提升、市场下滑、产能过剩,是白色家电行业面临的三大压力。如何在收缩中进行组织架构和销售模式的转变,才是企业在“寒冬”中的重点。

国家电营销委员会副理事长洪仕斌则强调,在面对重重危机的时候,企业只能选择把大公司做小,即砍掉不盈利的业务以及相关投资、员工,以防止亏损面继续扩大。

E650S/E83RS上市

创维 E96RA 系列最高降 2000元

12月13日,记者从创维获悉,作为云电视行业的领航者,新贵——E650S云电视上市。那么作为行业标杆,创维集团是如何定义云电视呢?E650S比起其他云电视又具有什么区别呢?创维集团河南分公司总经理司仕银在接受采访时,为广大消费者提供许多具有权威的选购标准。

晚报记者 朱江华



创维E650S超窄边云电视荣耀上市

超窄边 E650S/E83RS 重新树立云电视标准

创维率先推出全球首款云电视,开启电视云时代。随后,国内各大彩电品牌纷纷推出各自品牌云电视。一时间,彩电市场的“云”再一次不约而同成为共同的关键词。

与其他品牌先炒作概念的方式不同,创维在行业内率先一次性推出E83、E85、E96、E98、E99等五大系列13款产品,宣告云时代的真正到来,令其他跟随品牌心有不甘。而创维云电视新贵-E650S,首家边框仅为0.99cm超窄边框及创维独有的云推送、云预约等功能的云电视。让产品说话,是创维一贯坚持的作风。

“选购云电视,应该注意四项标准:首先是拥有云端私有数据库,私有账号,支持多设

备登陆和云端推送;其次是拥有自主研发的用户资源,相互分享的平台;三是拥有云端后台,无需硬件升级;四是拥有在线服务、在线电子商城。”司仕银说,所以消费者在选购云电视时一定要依照以上四个标准进行选择,只有拥有以上四项标准才能真正意义上称为云电视。

E650S/E83RS 价格贴近市场

那么创维云电视新贵E650S、E83RS比起市面上的云电视,又具有什么优势呢?司仕银说,创维新款的E650S和E83RS在原有的基础上又增添云推送、云预约、云操控、云语音等实用功能。云推送:利用云平台服务器,搭建与应用程序之间的推送通道,实现了在用户允许的情况下,真正实现随时随地分享和操控;云预

约:云平台服务器,通过手机、PAD、电脑等设备,根据所需要时间预约歌曲、电影等资源,将预约列表发送至云平台,到点即可直接播放预约资源,让您随时随地预约;云操控:利用云平台服务器,通过手机、PAD等移动设备即可轻松实现电视遥控、鼠标操控、手势操作,移屏、传屏、语音输入,让你彻底丢掉遥控器,随时随地操控电视;云语音:利用云平台服务器,精准识别别人的声音,通过声音即可控制电视,轻松实现语音输入文字。而且新款E650S和E83RS刚刚上市,价格就非常贴近市场,本周创维就为广大消费者进行大型让利活动。

为祝贺创维集团云电视再添新贵,今明两天,创维集团将旗下高端E96RA和3D全系列进行大幅让利消费者,最高直降2000元,42英寸3D LED大液晶只需3999元。

市场观察

无利可图 家电企业不愿涉足回收业

近日,发改委等部门出台的《促进扩大内需,鼓励家电“以旧换新”实施方案》称“以旧换新”政策将可更新换代家电500万台,并有利于资源的回收利用。然而,面对着庞大的家电回收市场,以制造见长的家电厂家却大多不愿涉足。

晚报记者 朱江华

“以旧换新”更新500万台家电?

以一台家电产品平均价格3000元计算为例,500万台家电的更新换代将可直接带动150亿元的家电消费。与此同时,以最高10%的补贴费用计算,500万台家电至少蕴藏着15亿元的家电回收市场。

“如果‘以旧换新’政策能够得以持续进行,拉动家电消费的效果将会不亚于‘家电下乡’的刺激作用。”TCL集团品牌管理中心总经理梁启春在接受记者采访时指出。

厂家商家大多不愿涉足

然而,巨大的家电回收市场并不意味着家电企业就愿意涉足回收领域。在采访过程中,不少家电厂商纷纷表示主要还是侧重于生产领域,对于回收业务大多是外包或者与相应的回收单位进行合作。

“以空调为例,一台空调的回收价格大多在150-200元,然而加上人工运费、拆解费用等,我们再腾出一只手来进行废旧家电回收并不划算。”一位不愿具名的家电厂商说。

“正规军”打不过“游击队”

事实上,家电生产企业不愿涉足回收市场的一个重要的原因是,生产厂家回收家电无利可图。回收任务最后落到走街串巷的商贩身上,而这些商贩一方面压低回收价格,另一方面也并未按照正规程序进行处理,使得回收市场陷入恶性循环。

腾讯家电网主编马伟强告诉记者,废旧家电的回收利润在20%以上。目前最大的挑战则是无法回收足够的废旧家电,小商贩以及作坊却成了废旧家电回收的主流。

每周声音

面板企业操作价格

面板企业要转嫁压力,关键在于操作和控诉,而在于拥有反垄断方面的战术性手段,国内企业虽然压力大,但还是兢兢业业,争分夺秒做自己的产业。

——帕勒咨询公司资深董事罗清启

中国企业对技术的崇拜远不如金钱

中国是很有企业家精神、很有商业精神的,但是我们对科技、对技术的崇拜是远远不如我们对财富、对金钱的崇拜。但是,对企业来讲,一定是在这种创新能力的提升方面持续不断地努力,我们才有未来。

——TCL集团董事长李东生

美的电器没有“有组织”裁员

美的部分销售公司为了应对外部环境确实是在进行收缩,但美的没有“有组织”、“有具体量化指标”地进行裁员。

——美的电器董事长方洪波