



总第156期

新闻背景

今年7月5日到8日,2012中国国际消费电子博览会将在中国青岛国际会展中心举办。据了解,本次展会组委会与会参展商做出了承诺——坚决抵制“能效虚标”行为,诚信参展。这也将成为本次2012SINOCES展的新亮点。

## 消费电子展 助力家电企业走出困惑

### SINOCES 成家电业风向标

**刘洪新:**目前,中国不仅成为全球最大的消费电子产品制造基地,也是全球第一大的消费电子市场。如何及时地洞察变化的消费需求,实现整个产业链的供需对接,将是企业把握中国市场机遇的重要保障。为此,SINOCES展不仅将推动家电产业的供需对接作为重点,更帮助企业快速实现全球市场机会。

**罗清启:**目前SINOCES展已经成为亚太地区唯一的电子消费展会。特别是对国内家电行业产销链条发展的促进、与国际市场对接、经营模式和贸易渠道的拓展等,都发挥了重要的桥梁和纽带作用。同时SINOCES展已逐步形成了自己独特的优势和风格,也成为国内众多后起家电展会模仿的对象。

**主持人:**日前,2012中国国际消费电子博览会组委会(简称SINOCES)宣布,将于今年7月5日到8日在中国青岛国际会展中心举办。本次展会将着重搭建资本与产业创新,工业生产与消费个性化需求的交流平台,届时包括海信、海尔等在内的500余家企业,以及亚马逊、欧尚、家乐福和国美、苏宁在内的逾700家采购商参展。三位如何看待本次展会的召开?

**邢立志:**2012年SINOCES将搭建4万平方米的展台,开设包括智慧城市·物联网展区、移动互联网产品展区等在内的10个特色展区,并首次举办创新产品评选活动。另外,SINOCES还将同期举办智慧城市建设、三维显示技术、电子商务发展等数十场高峰论坛。

**主持人:**目前国内各种家电展越来越多,但与美国拉斯韦加斯消费电子展和德国柏林消费类电子产品展等电子展相比,普遍存在的问题是,互动不够,与消费者距离太远,基本还停留在摆出产品、介绍产品的层次上。各位如何看待国内家电展观众越来越少的趋势?

**邢立志:**2012年SINOCES展将保持“亲民”的传统,更加强调与最终消费者的互动,通过实地体验式、互动性的展览方式,面对面、手把手地引导消费者如何利用智能化的家电产品。目的通过新颖的形式,启迪消费者在数字化生活中如何工作生活和娱乐,以及如何利用这些领先的科技提高和改善人民的生活质量。

**刘洪新:**正是看中SINOCES根植于中国庞大的腹地市场及其国际性的专业展览平

### 家电展大多缺乏“互动性”

台,海信愿意参与组委会设立的“智‘惠’全球”的博览会主题活动,这对自身产品升级、提高产品市场占有率都具有重要推动作用。同时海信会在展览会当天展出一系列一级能效家电产品,供采购商和零售商及消费者当场检验。

**罗清启:**吸引观众并不是靠几个生硬的展台就可以做到的,而是需要精彩的互动性活动来完成。在享有“世界展览王国”的德国,展览界的普遍观点是,“对于成功的展览会而言,决不是简单地用出租了多少面积来衡量”。因而,一个成功的展会,不仅需要吸引观众用眼去观察,还需要去听,去触摸,使观众更加直观地感受到展会的形象。

### 打造厂商突围“避风港”

**刘洪新:**2011年海信全面提出智能化战略,就是希望围绕“主业”专心去打造良好的生态链条。作为智能化战略的一部分,而在此次2012SINOCES展会上,海信除了展出前沿概念产品外,更全力推出了海信全净化健康变频空调、海信活水保鲜高端新品冰箱。

**罗清启:**随着中国从家电大国向强国迈进,中国家电业从制造向创造的转型升级,中国家电业在全球的地位将进一步巩固提高。在这样的背景下,中国需要一个高水平的本土家电展来与之匹配,更好地发挥展会功能,为企业、商家以及消费者搭建更高质量的沟通、展示、贸易三位一体的综合平台。

**主持人:**继“家电下乡”和“家电以旧换新”等政策性市场后,所有消费电子企业都面临“政策真空期”和遭遇市场需求透支的挑战,在这样的经营环境下,综合实力强、品牌综合影响力大的“大品牌展会”就成了家电企业拓展贸易机会的“救命稻草”,三位怎么看?

**邢立志:**2012SINOCES组委会号召与会参展商做出承诺——坚决抵制“能效虚标”行为,诚信参展。这也将成为本次2012SINOCES展的新亮点。对参展企业而言,如何在节能技术日新月异的今天取得销量竞争优势和品牌信誉价值,尽快借助国家政策支持调整产品结构、提高产品能效级别的任务迫在眉睫。

## 惠民补贴立刻享 格兰仕空调火爆郑州

盛夏临近,格兰仕空调厂家高调出击的各种促销活动,更是引爆今夏消费热潮。5月30日,记者从河南格兰仕空调相关负责人获悉,格兰仕空调正在紧锣密鼓地筹备6月2-3日开“惠民补贴立刻享”活动,其空前的力度、完善的服务、令人心动的促销政策再一次引爆中原市场,酝酿新一轮的格兰仕空调抢购风暴。

据悉,此次活动日期为6月2、3日,虽然时间只有两天,但是全市促销资源投入超过50万,力度之大可谓空前。为保证活动的震撼性,河南格兰仕特从中山格兰仕总厂申请了万

套活动空调,让用户享受一站式的消费政策,由于减去了中间环节,消费者最多可以节省2400元购机费用。

一步到底的价格只是三重惊喜之一,河南格兰仕承诺,在“惠民补贴立刻享”活动中,所有用户可现场验货、提货,接受最快速度的安装服务,不仅如此,开仓期间所有机型全部享受10年全免费包修服务,真正贴近消费、造福民生,将格兰仕“努力,让顾客感动”的宣言贯彻到底。

如果说“抄底价”、“最快安装”、让消费者

感受到了河南格兰仕回馈社会的力度和态度,那么买空调“十年保修”则让消费者真切地感受到了河南格兰仕的诚意,活动期间所有产品享受格兰仕带来了VIP级10年保修。业内专家表示,格兰仕直接对准终端,大篷车切实把消费者服务到底,新的补贴政策尚未深入开展,格兰仕依然能凭借集团实力从终端市场入手主动出击,开展“企业版”节能补贴,这无疑为时下空调终端树立了标杆。

记者 朱江华

力诺瑞特 LINUO PARADIGMA SOLAR ENERGY

### 力诺瑞特:太阳能与建筑一体化要精益求精

“太阳能与建筑一体化专家”对力诺瑞特来说不只是一个口号,一种肯定,更是一种鞭策。力诺瑞特就是要执著于太阳能与建筑一体化精品工程建设,为太阳能与建筑一体化推广争取更多的空间。”力诺瑞特总经理申文明对太阳能与建筑一体化的推广质量十分重视,宁可不盈利,也要出精品。

其实,力诺瑞特在太阳能与建筑一体化技术上精益求精,进行景观太阳能的研究推广,正是来源于太阳能与建筑一体化精品工程的执着。截至目前,力诺瑞特已经在全国范围内建成了近2000个太阳能与建筑一体化精品工程,共推广了4000万平方米的太阳能住宅,相当于一个中等城市的民用建筑面积,换句话说,力诺瑞特的国家住宅产业化基地为中国创造了一个完全低碳的、生态的、可持续发展的太阳能住宅的新型城市。

其中,杭州长岛绿园热水工程,获评联合国“人居奖”;上海建科院工程,获得全国绿色建筑创新奖、建筑工程综合类项目一等奖;宁波“维科·水岸心境”太阳能工程,成为“建设部住宅节能示范小区”;“上海三湘四季花城太阳能与建筑一体化”还被区域性城市可持续发展知识中心授予“2010年最佳实践”奖,并将被作为可再生能源城市最佳实践案例,推广应用到亚洲其他城市。朱江华

主持人: 朱江华



中国国际贸易消费电子博览会组委会副主任 邢立志



海信集团有限公司副总裁 刘洪新



帕勒咨询公司董事长 罗清启

朱言 辣语

### 事件:松下裁员4000人

据日本共同社报道,松下电器在2012年度将总公司7000人裁减为3000-4000人,裁减一半员工。

**点评:**在日本大地震、泰国大洪水、欧美经济疲软、日元升值、韩国和中国企业挑战等多重因素下,2011财年,松下出现大额亏损是裁员的主要原因。而过去在中国国内市场上一一直处于强势地位的松下,如今所占的市场份额越来越受到“挤榨”,这也不难看出现在日企的整体下滑趋势。

### 事件:智能云电视认知度达80%

近日,中国电子商会消费电子产品调查办公室提供数据显示,智能云电视的消费认知度已高达80%,市场前景广阔。

**点评:**目前,我国云计算服务市场技术与设备已具备了一定的发展基础,2011年我国云计算服务市场增速高达40%,随着行业标准的升级换代,智能云电视有望步入发展快车道,智能云电视有望成为我国彩电产业的发展趋势和主流方向。

每周声音

### 八成面板进口局面将被扭转

一直以来,“缺芯少屏”是制约着国内彩电厂商发展的重要因素之一,目前八成液晶面板仍依赖进口,而国内多条面板线投产以后,这一局面将得到彻底扭转。

——创维集团总裁 杨东文

### 保守带来“慢病”

对日本企业而言,急需打破三个壁垒,国与国之间的壁垒、技术与技术的壁垒,还有人心的壁垒。只有突破这三个壁垒,才能得到更加好的合作。就是在全球化进展过程中,仅局限于一个国家的观念,肯定是行不通的。

——罗姆株式会社常务董事 高须秀视