



郑州第一报道, 我们一直在你身边

热烈祝贺《郑州晚报》单日出版672版 创造“大世界基尼斯”新的世界纪录

家电透视

一周电讯



总第165期



在熬过去年年底2000万套库存大山压顶的考验后,今年空调业再次经历凉夏、冷市的考验。据产业在线的数据显示,目前空调行业库存还有808万台,而目前库存压力集中在二、三线品牌,这些二、三线的空调企业将如何面对高库存这一困局?

2012 冷冻年 空调业负增长成定局

主持人:近日,国家信息中心市场信息处发布的《2012 冷冻年度国内重点城市空调市场分析报告》显示:美的、格力、海尔销售量占有率高达81.75%。其中,海尔变频空调占有率同比增幅超过45%,与其他二、三线品牌的差距逐渐拉大。各位如何看待这一报告?

赵奔峰:近年来,海尔空调在敏锐把握消费者变化的同时,加大了对全球不同国家和地区消费需求的研究力度,先后推出了宽带无氟变频空调、超薄空调、除甲醛空调等满足不同消费群体需求的差异化产

主持人:增长乏力、出口下降,高库存成了空调企业的一颗定时炸弹。据产业在线的数据显示,目前空调行业库存还有808万台。各位对“今年空调负增长已成定局”持何观点?

赵奔峰:当今空调市场早已走出以价格换取市场竞争时代,真正满足消费需求的差异化产品,才是决定企业市场话语权的关键要素。2012冷年,海尔空调推出了宽带无氟变频技术,不仅提升了产品本身的节能效果,在制冷、制热、静音等方面均有大幅提升,成为行业持续领先和最为明

主持人:尽管2012冷冻年度,中国空调业在一片无奈声中黯然收场,但格力的海尔已连续16年成为国内空调前三强。品牌集中度进一步提升。据中怡康《2011上半年空调市场分析》显示,格力、美的、海尔三巨头市场份额已达60.8%,与去年同期的57%相比,同比增加了3.8%。如何看待这些数字?

赵奔峰:今年上半年,海尔相继推出了无氟变频物联网空调、无氟变频除甲醛空调等系列新品,锁定了不同消费需求的消费者,并在营销中做到从“卖产品”到“卖方案”,令消费者倍感海尔变频空调的技术先进性与便利性。
钱成建:空调品牌之所以集中度进

海尔空调增速最快

品,赢得了国内外市场的一致认可。
钱成建:能够细分消费者差异化需求,通过产品创新创造需求,这正是海尔空调能够保持稳健增长的关键动力。据苏宁销售统计来看,海尔空调变频空调销量占比达到44%,是所有空调企业中增速最快也是最明显的品牌。

蔡莹:在政策红利消失的情况下,海尔空调产品设计和技术创新不断领先其他企业,来满足消费者挑剔的口味,引领整个行业的发展趋势,这或许也是其能够实现市场的逆势增长的重要原因。

如何摆脱高库存的阴影

显的品牌。
钱成建:没有人清楚,到底有多少空调库存,可能厂家自己也并不清楚。但这对中国家电产业长远来看,不见得是坏事。加速行业洗牌,反而能让行业资源更为集中,引导企业转型升级。

蔡莹:在熬过去年年底2000万套库存大山压顶的考验后,今年空调业再次经历凉夏、冷市的考验。来自国家信息中心市场信息处显示,2012冷冻年度空调市场销量整体萎缩,但业内所谓的“高库存”猜测其实言过其实,目前库存压力集中在二、三线品牌。

品牌集中度进一步提升

一步提高,与空调巨头的规模、产能及技术领先有关。目前格力、美的、海尔已连续16年成为国内空调前三强,这表明我国空调第一阵营已比较稳定,市场份额增加,进一步拉开了与二线阵营的距离。

蔡莹:空调行业正在经历一场新的产业变革,未来市场品牌的位置必将发生新的质的变化。一方面,一线空调企业经过多轮跑马圈地,已逐步实现了三、四级市场的渠道布局;另一方面,随着变频空调的不断普及以及消费者认同度的提升,二线品牌如果不能迅速在此技术上有所突破,不排除被淘汰出局。

卡萨帝金牌服务中心进驻郑州

7月29日,卡萨帝金牌服务中心正式进驻郑州。这是继2月份卡萨帝在青岛成立首家金牌服务中心后,在全国开设的“第二分号”。

卡萨帝金牌服务中心除了在终端服务方面,为用户提供免费设计、安装检测、自助清洗健康大礼等多项增值服务,在信息化保障、信息接收方面——设立专门的电话咨询热线,全面整合先进IT公司资源,建立移动售后终端系统PDA,提升服务信息获取的准确性。

据悉,卡萨帝金牌服务中心最大的亮点,首创“会所式1对1金牌服务”。中心每一位金牌服务人员都持有国家颁发的高级等级证书,遵循更为严格的操作规范,以高技能、高素养的形象,在产品与用户之间架起了温馨虹桥,最大化地保障了卡萨帝用户利益与个人感受。
朱江华

朱言 辣语

事件: 艾美特召回问题电压力锅

日前,艾美特方面发布《召回公开》,愿意就此前国家质检总局的国家抽查中出现“铬超标56倍”的问题电压力锅的用户,提供免费更换、无条件退货两种召回方案。

点评:事实胜于雄辩。当前,艾美特方面公开召回无疑表明,在面对消费者的利益受到伤害时,企业任何的理由都是苍白无力的。只有坦承、公开、迅速对消费者,才能真正实现品牌口碑的传递。否则,任何广告、公关都不能让艾美特的品牌内涵提升。

事件: LG电视上黑榜

近日,天津市工商局发布重点检测称, LG型号为42LW5500-CA的液晶电视在垂直可视角和SDTV水平清晰度上不合格责令停止销售。

点评:一些国外品牌使用的是自己企业的标准,与我国相关标准会有差异,不少标准低于我国标准要求。因此, LG液晶电视在垂直可视角和SDTV水平清晰度上不合格的原因,主要对消费观看的角度,产生一定的偏差,从而导致消费者观看不清晰。

事件: 海信电器中报净利增长11%

近日,海信电器发布其2012年上半年业绩报告显示,实现营业收入100.65亿元,同比增长2.72%;归属于母公司净利润5.75亿元,同比增长11.03%。

点评:面对国内外不利的宏观经济形势,海信积极抓住推广节能产品的积极因素,不断推出新产品,尤其是高端产品,改善销售结构,是这次盈利主要原因。

每周声音

京东要打最惨烈价格战

今年第三、四季度京东商城将掀起新一轮“规模最大、最惨烈、最全面”的价格战,并继续引领这场价格战,让用户体验再上一个台阶。

——京东商城董事局主席 刘强东

当当网丧失话语权

当当网目前面临的真正的危机还不在于运营型的危机,而是战略型的危机,导致战略型危机的是当当网领导人对电子商务的狭隘理解和对电子商务缺乏足够的想象力。因此,当当网逐渐丧失在电商行业的话语权。

——21世纪商业评论主编 吴伯凡

中国家电企业应利用经济动荡

对中国家电业来讲,全球经济动荡为中国家电业低成本整合全球资源提供了可能,此时通过整合、并购等方式获得海外市场、技术等资源将成为提升全球竞争力的最佳时机。

——帕勒咨询董事 罗清启

主持人: 朱江华



青岛海尔郑州中心总经理 赵奔峰



河南苏宁电器公司总经理 钱成建



国家信息中心资源开发部主任助理 蔡莹

力诺瑞特 LINUO PARADIGMA SOLAR ENERGY

力诺瑞特推出“风云”空气源热水器

继在太阳能光热应用领域取得巨大成功之后,力诺瑞特致力新能源开发应用的雄心未减。随着力诺瑞特空气源热水器的悄然入市,力诺瑞特一改往日引领太阳能光热应用从热水到热能热电的纵向升级,实现了向空气能开发应用的横向跨越。

据了解,空气源热水器以少量的电搬运空气中的有效能量,并将能量转移到热水中,耗电能为电热水器的1/4,燃气热水器1/3。而力诺

瑞特此次推出的“风云”系列第四代空气源热水器,延续了其在太阳能热水器领域对科技、节能、品质、时尚的苛刻追求,秉承科技为人的设计理念,将低碳理念贯彻产品每一个细节。其中,力诺瑞特“风云”空气源热水器通过采用独特设计的智能除霜技术,除霜快速彻底,在-10℃的工作环境下依然正常运行,24小时不间断供应热水,即使寒冷的冬季,消费者同样可以享受充沛的低碳热水。

“力诺瑞特推出空气源热水器不仅延续了公司专注新能源、致力构建绿色环保生活的理念,还将与原有太阳能光热技术形成互补,将成为企业飞速发展的又一架‘马车’。”力诺瑞特总经理申文明表示,力诺瑞特正在加紧申请空气源热水器入围国家节能产品惠民工程,如果顺利,将为力诺瑞特打开空气源热水器市场带来重大利好。

朱江华