



# 今年国内冰箱产量将达1.2亿台

## 今后三门以上冰箱销量比例将超50%

### 纷纷进军冰箱高端

在电冰箱行业销量和销售额纷纷下滑的情况下,三门及以上的高端电冰箱情况却截然相反。据中怡康统计数据显示,今年上半年度三门以上和对开门等高端电冰箱的销量增幅高达45.41%,去年同期这一比例仅为4.65%。销售额增幅高达65.06%,去年同期仅为3.43%,都有大幅上升。

“2011年,美的冰箱销量达到1041万台,同比增长17.2%。”美的冰箱事业部总经理王建国表示,目前,美的冰箱综合年产能超过1200万台。其中,中高端产品销售额比重已提至30%以上。

在走访时发现,如今在卖场中三门电冰箱的比例也越来越高,处于30%左右,这些冰箱不单单是产业的扩容,在技术方面,高端冰箱也是推陈出新,如多温区设计、纳米保鲜、人体工程学设计等高端技术。据悉,来自海尔、西门子高端冰箱的电脑智能操控、宽度变温、智能感温等人性化功能以及海信全自动制冰室、独立蔬果室、自由切换室、独立变温室等新概念也积极推动了行业更新换代。

国家信息中心信息资源开发部主任助理蔡莹表示,国内冰箱行业从2012年开始将进入调整期。随着国家节能补贴政策的实施,将推动企业加大高端产品开发的力度,节能、高端产品的比例将会加大,预计今后三门以上的冰箱销量比例将超过50%。

日前,据中怡康有关数据显示,今年上半年,三门、多门、对开门等高端冰箱零售量比2009年分别上升了19%、1%和3%。从产品容量看,210L~300L、300L~500L、500L以上冰箱零售量比例对比2009年分别上升了10%、2%和3%。 记者 朱江华



三门以上冰箱受消费者热捧 资料图片

### 竞争格局存变数

冰箱市场优胜劣汰也将从冰箱市场品牌的集中度上得到充分体现。2012年一季度国内重点城市排名前三位品牌的市场销量占有率比2011年提高了4.56%,从品牌构成上分析,前三位品牌全部为国产品牌,这也充分说明国产品牌通过技术创新、调整产品结构、增加高端产品比重取得了一定的效果。

今年6月,我国生产家用电冰箱856.6万台,同比增长2.15%。然而电冰箱6月总销量增速却同比下降7%,国内销量更是下降10%。在销量同比下降的同时,电冰箱的产能

却没有止步。2011年国内电冰箱累计生产8699.2万台,而专家预计今年国内电冰箱总产量将达1.2亿台。

随着产量上升,电冰箱库存问题也越来越严峻。在市场需求下降的情况下,势必会通过低价竞争模式来达到目的。家电分析师梁振鹏表示,价格战的爆发将引发新一轮的行业洗牌。在供大于求的情况下,前两年在“家电下乡”政策下涌现出来的二、三线电冰箱企业将难以生存下去。未来冰箱行业品牌市场份额将会更加集中,前十大品牌份额将有所上涨。

# 洗衣之道“净”为本 松下新泡沫净登陆节前市场

### 松下创新科技 带来洁净新体验

进入9月,天气转凉,人们身上的衣物变得日渐厚重起来,这就对洗衣机的洁净能力有了更高的要求。而松下推出的新泡沫净系列波轮洗衣机就能将脏污衣物轻松洗净。

据介绍,洗衣粉溶解有一个曲线,在投入洗衣机桶后大约5分钟才开始溶解。因此,在12分钟左右的洗涤时间里,洗涤溶液发挥作用的时间只有大约7分钟。而延长洗涤剂的实际工作时间,将能够大幅提升洗净比。

而松下新泡沫净搭载升级型的泡沫发生器使其更加威力无穷。据了解,将洗涤剂放入升级版泡沫发生器内,在进水的同时即可迅速转化成丰富而细腻的微泡沫洗涤溶液。这些洗涤溶液紧密包裹在衣物的周围,并快速渗透到衣物纤维深处,充分瓦解并分离油脂、汗渍等深层污垢,从而实现洗净均匀率的大幅提升。

中秋、国庆双节将至,洗衣机市场再次迎来销售高峰,各个洗衣机品牌纷纷推出潮流新品,备战这一传统销售旺季。其中,松下最新研发的新泡沫净系列洗衣机登陆节前市场,凭借出众的洁净实力和卓越的精洗技术,成为金秋市场的洁净之星,深受消费者追捧。 朱江华

### 助力品质生活 精心洗护二合一

随着生活水平的不断提高,羊绒、丝绸等材质的高档衣物越来越受欢迎。但是,这些衣物却非常“娇贵”,用普通波轮洗衣机来清洗的话很容易就会出现抽丝、变形等问题。而作为一款高端产品,松下新泡沫净特别搭载了专门洗涤高档衣物的精洗程序,实现了如同人手一般的轻柔洗洗,贴心呵护衣物。



松下泡沫净系列洗衣机

### 事件:穆迪下调松下长期评级

10日,信用评级机构穆迪宣布将松下的长期债务评级(到期日一年或以上)信用评级从A2下调2级至Baa1级,即由中上级下调至中级。

点评:这意味着穆迪对于松下长期债务的保证程度将下调至一般。尽管松下加速在欧洲的白电扩张。但从穆迪连下两级松下长期债务信用评级来看,其决心和魄力明显不被看好。

### 事件:海尔36亿元收购新西兰家电老大

近日,海尔集团将以1.2新西兰元/股的价格向新西兰最大家电制造商斐雪派克发起全盘要约收购,收购价格折合人民币约36亿元。

点评:在目前竞争激烈和充满挑战的国际市场环境下,海尔的全球平台和资源能够为斐雪派克带来切实的利益。而本次增持所带来的人力资源、技术能力以及对澳新本土市场的理解和管理能力,将助力海尔更深层次实现本土化的研发。

### 事件:电视价格大跌

近日,记者在郑州家电市场了解到,55英寸3D智能电视从万元调至6000元,外资55英寸从2.4万元调至8000元左右。

点评:近年来,由于彩电市场竞争激烈,电视利润日渐趋薄,不少企业将功能产品作为新的利润增长点。因此除了消费引导市场,企业对毛利提升的渴望也决定了多功能电视数量逐步攀升。

### 每周声音



### 我不会滥用权力

有的干部权力太大,利用公家的权力为私人谋利,这在公司当中自然形成很坏的影响。在这个问题上,我们要求非常严格,发现一个杀一个,格杀勿论,绝不手软。

——格力集团董事长 董明珠

### 与电商合作不怕养虎为患

如果跟电商合作还是用原来的传统模式,不对产品进行线上线下的区隔就进行投放,肯定会有很大的压力。创维一直希望做一些适合线上的产品,较之线下产品更有特色。当产品有特色,消费者对于价格的敏感度就会相对降低。

——创维集团营销副总经理 范瑞武

### 电商战破坏市场秩序

目前我国在网络虚拟经济发展中存在很多深层次问题,特别是法律制度建设严重滞后于网络市场发展,必须及时加以研究并出台相应法规政策。对此规范网上交易市场秩序刻不容缓。

——中国电子商务协会政策法律委员会主任 杨坚争

## 力诺瑞特 LINUO PARADIGMA SOLAR ENERGY

### 力诺瑞特两款产品荣膺“能效之星”称号

日前,国家工业和信息化部办公厅正式对外公布了2012年度节能家电产品“能效之星”评选结果,其中山东力诺瑞特新能源有限公司参评的康钦160L(Q-B-J-1-160/2.28/0.05-30)和新悦阳台壁挂100L(Q-J-F-2-100/1.62/0.7-01)两款产品突出重围,顺利入选“能效之星”产品目录(2012)。

据悉,力诺瑞特此次入选的两款能效之星产品都具有极佳的产品性能。其中康钦160L系列以全新钛金聚能管为核心技术,实现了阴雨天好用的全新功能,在健康及保温方面,康钦系列产品也实现了质的飞跃,成为消费者最钟爱的产品之一。而为小高层量身打造的新

悦阳台壁挂100L挂系列产品更是使用了多项专利技术,创新的H-VCL热动系统,将V型集热、波纹导热、多重保温三大核心技术融为一体,通过光电双模双控确保了消费者冬天也能用上阳光热水,品质遥遥领先。

作为行业首批入围的20家企业之一,力诺瑞特已有102款全一级能效产品入围国家节能产品惠民工程。其中,康钦160L和新悦阳台壁挂100L这两款产品是力诺瑞特的核心产品,在能效方面获得重大突破,有效的推动力诺瑞特“节能产品惠民工程”的推广和普及,让消费者在购买和使用过程中实现利益最大化。 朱江华

## 金山网络 www.ijinshan.com

## 企业用户警惕 kolab 病毒! 防止网络变僵尸

近日,金山企业云安全中心通过对客户应用终端和互联网的监测发现,近期蠕虫病毒 kolab 有流行趋势。该蠕虫病毒会干扰企业用户的局域网通信,正常电脑被诱导后会下载后门程序,使内网成为黑客僵尸网络的一部分,对企业、机关、学校内网安全构成严重威胁,金山毒霸网络版可完美防护该病毒。

根据金山企业安全专家分析, kolab 病毒的主要传播方式是:首先在局域网内建立服务器,引诱用户通过浏览器下载蠕虫,从而实现自动传播;其次,在移动设备中创建自启动文件,并通过创建额外的打印机服务来实现每次开机后的自动运行。

受到该病毒入侵的电脑,通常会运行一些通常只有服务器才提供的功能,这会导致企业

网络出现频繁的通信故障:比如网速慢、频繁掉线、不能获取正常的IP地址、中毒计算机的防火墙配置被修改等;更为严重的是,该病毒会下载更加危险的 TDSS Rootkit 后门,进一步构建庞大的僵尸网络,通过僵尸网络收集商业情报,甚至对其他网络发动 DDOS 攻击,使计算机被黑客远程控制。

针对 kolab 病毒,金山安全专家建议企业网管要高度警惕,一方面要对该病毒有清晰的认识,并且时刻开启防病毒软件,发现受感染设备后立即进行全网查杀,做好企业局域网的管理;另一方面,要加强对移动设备的控制,确保移动设备经过查杀后使用,同时,金山毒霸网络版可以完美防护 kolab 病毒,企业用户可以使用金山产品做好内网病毒的防治。