

家电企业集体祭出“低价”大旗

三大原因影响“双节”家电销售业绩

▶▶ 今年高速首次免费影响家电销售

“金九银十”历来是家电销售的旺季,后四个月的销量往往可以占据全年销量的近一半。由于今年受楼市影响,家电整体销售并不见佳,尤其是七八月份销售惨淡,而今年的中秋与国庆假期“不谋而合”形成了八天超长假期,自然成为家电厂商发起市场“反扑”的重要时段。

“今年十一黄金周保守估计市场的销售同比下滑了40%”,多家家电品牌工作人员透露。

某品牌销售老总向记者感慨:“人气非常惨淡,近几年从来没有碰到过这种状况,都出去旅游了,不买家电了。”他同时还透露,十一黄金周内郑州空调市场也

呈同比下滑状态。

事实上,多个家电品牌的销售负责人坦言,今年十一黄金周的市场销售几乎都是一片萧条。记者在走访时了解到,人流量普遍都很小。是什么原因导致家电市场如此“冷清”呢?

中国家电营销委员会副理事长洪仕斌认为,首先,需求量的下降是造成市场“冷清”的一个主要原因;其次,网购对于传统家电的冲击越来越大;再次,今年高速首次免费也吸引了很多人选择自驾出游,而这部分人群恰恰是家电产品的购买主力。正因为如此,这个黄金周的表现并不理想在所难免。

▶▶ 家电价格创新低

1299元的1匹变频空调、1599元的1.5匹变频空调、999元的32英寸液晶电视、999元三门冰箱、1299元的滚筒全自动洗衣机等一系列超低价产品,成为了今年黄金周促销的一个集体选择,面对疲软的市场需求,迫使各个厂商以激进的竞争手段获得更多的市场份额。

“消费者在十一期间购买产品就是因为价格,这直接导致家电企业集体祭出‘低价’大旗,力求吸引更多消费者。”中怡康公司总监左延鹤这样评价黄金周“价格战”。

对此,洪仕斌指出,“面对今年以来家电市场的持续疲软走势,家电厂商约定好了一样,双方联合展开低价促销。目的只有一个,就是要刺激购买、加快流转、盘活库存。目前离2012年底结束、全年销售业绩的完成,所剩时间不多。预计在‘十一’之后,家电厂商还会发起更大规模的低价促销战”。

中国电子商会副秘书长陆刃波则表示,目前我国空调业库存近1200万台。截至今年6月底,我国冰箱库存310万台,洗衣机库存210万台,消化库存是价格战的起因。

今年中秋、国庆连休,本应是家电行业销售旺季,但记者今天走访郑州市场发现,尽管商家使尽浑身解数促销,但依旧是“叫好难叫座”,人流量并不大,销售情况与去年同期相比下降了至少40%。

记者 朱江华

奥克斯产品引擎化解空调滞涨危情



今年以来,在全球市场上出现空调业销售停滞的市场困局。来自中国空调巨头奥克斯正在进行一场“18年沉淀、10年蓄势、3年冲刺”蜕变,完成在新经济形势下下一招化解空调市场滞涨困局的战略布局。

与当年空调产品多局限功能的完善与创新不同,在2013年奥克斯空调全国渠道经销商峰会暨新品“D系列”全球首发式发布的D系列新品,颠覆性实现“高能效变频与定频”的双覆盖,完成“从外观设计到内核心产品功能、从硬件品质保障到软件精确控制”的双升级,提前开启中国空调产品和技术的“双覆盖双升级”新时代。

奥克斯空调国内营销总经理金杰指出,“危机和增长是一对双胞胎,危机让市场产生变化,而变化正是增长的机遇。基于企业内部激发而构建的产品引擎,让奥克斯不受危机的影响,不受环境的制约,在2013开启新一轮稳健增长新格局”。

此次,奥克斯D系列新品全球首发,不仅完成对高能效变频和变频空调的双覆盖,共拥有5大系列34款产品。同时,还实现“产品软硬件和外观设计技术性能”的双升级。除通过德国库尔兹兹金工艺、欧洲宫廷巴洛克设计、膜内覆膜工艺等一系列创新,实现对空调传统外观工业设计手段的创新,还在健康技术、环保新冷媒、精确控温等核心性能上进行提升。

其中,D系列变频空调精确控温范围从±2℃缩小至±0.5℃,在这一1.5℃范围缩小的背后正是奥克斯技术研发团队进行的颠覆性研发手段和技术创新。在健康技术上,奥克斯为D系列新品增加的健康等离子、除甲醇、Hydro自动水洗等一系列功能,让父母为家中婴儿提供全健康保障。

早在2010年10月,当所有空调企业对于冬季制热取暖效果一筹莫展之际,奥克斯将自主研发的超强制热空调——热霸通过中国北极科考船送到北极极寒地区。在普通空调根本无法开机的情况下,奥克斯热霸所拥有的“超大热量、超低温运行、超强节能”三大利器,一举突破了30多年来困扰中国空调业的冬季制热技术难题。

朱江华

海尔变频空调销售最“火”

今年凑在一起的中秋、国庆双节让各领域消费市场均呈现出热势。记者走访发现,随着新一轮节能家电惠民工程和阶梯电价的试行,郑州家电市场呈现出了明显的“变频效应”。以海尔空调为例,与去年同期相比,今年海尔空调无论是销量还是销售额都有大幅增长,特别是销售额,同比增长达到36.8%。

记者 朱江华 文/图



海尔空调在双节期间推出的节能变频产品让人青睐

国庆家电消费锁定“节能变频”

中秋、国庆双节期间,节能变频空调成为消费者的首选。据中怡康最新统计数据显示,截至目前,空调行业变频销量已占到整体的52.3%,销售额占比更是达到了60.4%。其中以海尔品牌最受欢迎。

“十一期间比较受欢迎的是超薄空调、除甲醛空调还有除PM2.5空调,这些基本都是1、2级能效的变频产品,购买的消费者主要以新婚新居人群为主”,海尔空调郑州地区销售负责人表示。记者了解到,在购买空调的消费者中大多都比较倾向于变频产品,而且这其中很大一部分消费者对自身家居环境营造也有了更高的要求,像除PM2.5空调对家庭空气质量有很好的改善作用,特别是关乎到人们的身体健康,这比简单的促销降价更能打动他们。

日前,由消费电子产品信息化推进委员会举办的“2012年智能家电产品智商评测结果发布会”会上,松下荣获“智能洗衣机技术创新奖”,再次见证其创新实力。而其主推的斜式滚筒洗衣干衣机阿尔法系列,更是凭借着创新的除菌功能和智能的烘干技术,成为业内瞩目的焦点。

松下阿尔法系列斜式滚筒洗衣干衣机



“宽带无氟变频”得到热捧

记者在海尔空调专柜看到,前来咨询的消费者对于海尔十一期间重点推出的“0.1赫兹20瓦”宽带无氟变频空调也非常感兴趣。据销售人员介绍,这是目前海尔推出的宽带无氟变频技术的升级成果,0.1赫兹指的是压缩机运转频率可达到10秒钟转一圈,对于消费者意味着节能效果更好,在这一频率运行时空调所需功率仅需20瓦,相当于一个20瓦节能灯的电量。

不仅如此,海尔宽带无氟变频技术能够实现3分钟暖房,这吸引了不少十一买空调原

本就准备冬季取暖的消费者。“家里没装暖气,冬天就靠空调了,海尔的3分钟暖房最适合我的要求。”消费者周女士告诉记者,综合公司同事的热心推荐、现场咨询,她最终购买了两台海尔变频空调,一套柜机、一套挂机,全部都是1级能效的。

“空调种类繁多,功能创新的速度很快,消费者在购买时都想选购最适合自己的产品,所以很多人在到海尔专柜购机时都是有备而来。”销售人员告诉记者,这些都是理性消费的表现。

创新技术显风流

松下阿尔法金秋大放异彩

除菌升级——全方位呵护衣物健康

作为高端洗衣机的代言人,松下针对消费者日益提升的健康需求,松下创新地研发出光动银除菌技术,并将其搭载于阿尔法系列之上,通过发挥银离子和羟基自由基的双重除菌威力,充分呵护衣物健康。

据了解,松下阿尔法所采用的光动银除菌技术,在漂洗过程中注入含有银离子水流,被衣物吸附后形成严密的防护层。在筒内蓝光照射下,银离子和水发生反应,产生羟基自由基,可以有效去除大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等有害细菌。

在此基础上,松下阿尔法还兼具高温除菌功能,洗涤过程中水温可加热到90℃,有效去除衣物上的细菌。此外,依托筒干燥和筒洗净技术,松下阿尔法系列还实现了自我清洁,杜绝二次污染。

智能烘干——品质生活零距离

随着科技的发展,智能技术越来越被推崇,并成为衡量高端家电的标准之一。秉承“ideas for life”理念的松下,在人性化智能技术方面的表现更加突出。其创新力作阿尔法系列,就采用全新的阿尔法烘干技术,不仅“智慧”十足,烘干效果也更出色,真正实现了即洗、即干、即穿的新境界。

据悉,阿尔法系列搭载专业温度传感器,可自动调节烘干时间,实现衣干即停。而其智能PTC电辅发热装置,可以根据烘干洗涤物的材质、状态,自动调节功率,让烘干过程更快捷。它的智能送风程序则通过轻柔送风,为衣物减皱去皱。如此一来,衣物无需再熨烫。

值得一提的是,消费者还可以根据自身需求,进行个性化选择。不仅可与洗涤组合使用,还可以单独选择烘干,既有自动烘干程序,也有烘干时间选择,从而实现品质生活轻松掌控。

>>> 家电知识讲堂

延长冰箱使用寿命小秘诀

冰箱使用寿命只有10~12年,如何延长,本期邀请海信科龙河南总经理刘贵贞为大家介绍一些延长冰箱使用寿命的秘诀。

电冰箱应放在距墙10厘米以外远、通风良好、不被强烈阳光照射或高温辐射的地方。要放置平稳,防止震动。

电冰箱不宜时开时停,或长期闲置不用。因重新开启电冰箱,压缩机一般要运转2小时后才能使箱内温度达到存放食物要求。开停次数越多,压缩机电机受冲击的次数也越多,制冷系统就容易出故障。冰箱长期闲置不用,冷冻系统和需要润滑的部位还会发生干涩凝固,使部件之间的摩擦力增大,再使用时就很难启动,严重时还会烧毁电机。

电冰箱使用时,电压应符合其说明书的要求,不可超压或欠压使用电冰箱,以免烧毁压缩机电机绕组及启动继电器。不要在冰箱内温度尚未稳定时,就一次放入大量食品。这会造成机器负载过大,使压缩机长时间工作而加速各部件的磨损,增大噪声,缩短使用寿命。

朱江华