



新闻背景

总第175期

# 研发加快 家电企业紧抓市场和政策契机

**主持人:**10月14日,海信科龙发布了2012年第三季度的业绩预告显示,预计净利润同比增长165%~550%,盈利11283万元~27693万元。目前在整个家电业不景气的状况下,海信科龙第三季度良好的预期业绩表现是否大大提振了投资者和市场信心?

**李振晓:**与其他行业竞争对手主要通过渠道扩张和价格战来提升市场份额不同的是,海信科龙第三季度业绩获得大幅增长,主要得益于坚持“高端制胜”战略,与2011年相比,海信科龙的单门、双门等中低端产品的出货占比已下滑到30%,而三门、多门和对开门冰箱的销售占比则提升到70%以上,使公司的生产经营迈上了新的台阶。

**主持人:**据中怡康公布“十一黄金周”调查数据表明,变频空调、对开门冰箱、滚筒洗衣机等高端节能型产品零售额同比增长了49.4%、78.6%和56.8%。这是否意味着具备高端、智能、简约、节能等特点的产品成为市场新宠?

**李振晓:**十一期间,除了智能的物联网技术,“活水保鲜技术”和“智能变频技术”也是海信科龙产品的两大卖点。特别是独创的冰箱活水保鲜系统,一举突破长期以来冰箱在解决食物风干、结霜等领域的应用局限,给消费者带来前所未有的水润新鲜使用感觉,获得了市场高度认可。

**左延鹤:**今年国庆市场高端产品热销

**主持人:**家电业是国内市场化程度最高的行业之一,历来的市场竞争焦点都集中于价格。而如今在提倡转型节能家电的大环境下,在价格上就与传统思维不可避免地发生碰撞。各位有何观点?

**李振晓:**日前,海信科龙与国际节能环保协会联合斥巨资设立“国际节能环保补贴”项目,消费者凡购买容声冰箱、科龙空调高效节能产品,均可获得每台数百元的现金补贴,以此引导和激励消费者优先选购高效节能产品,共同为人类的节能环保事业作贡献。

**左延鹤:**在国内宏观经济增速放缓的同时,行业也面临产能过剩的危机。对此

中怡康公布的“十一黄金周”调查数据表明,变频空调、对开门冰箱、滚筒洗衣机等高端节能型产品零售额同比增长了49.4%、78.6%和56.8%。而之所以能出现这么好的销售业绩,高端产品的热销功不可没。以往,市场竞争焦点都集中于价格方面,而在如今提倡转型节能家电的大环境下,在价格上就与传统思维不可避免地发生碰撞。那么,家电生产企业如何做才能向市场投放性价比高的高端节能产品呢?

## 良好业绩提振市场信心

**左延鹤:**在全球经济持续低迷、国内家电利好政策陆续退场、原材料、人工等成本加剧、千万库存创历史新高重重包围下,海信科龙实现超预期增长,成为市场的“亮点”。这表明懂得整合资源、创新研发的企业往往有更大的胜算。

**李韬:**无论2012年的白电业如何举步维艰,但至少有一点可以肯定的是,企业要想实现增长必须尽快适应目前的市场环境,依靠技术创新、产品创新来改变现状。海信科龙在行业整体形势不乐观的情况下,第三季度销售收入大幅增长,不失为行业打破困局的一个榜样。

## 节能家电成消费重点

的现象,透露出当前产品的高端化已成为家电行业发展的必然趋势这一积极信号。由此表明高端化趋势将是带动未来市场增长的主要动力,特别是节能产品惠民补贴政策对进一步优化家电产品的消费结构、普及高效产品更是有着积极的促进作用。

**李韬:**随着人们生活水平的提升,对于家电的需求重点也从“有的用”向“用得好”转变,近年来冰箱、洗衣机、空调等一系列高端新品的推出,标志着智能、节能家电将成为未来家庭生活中的绝对主角。

## 厂商应潮流才是正道

中国家电制造企业要想在竞争日益激烈的市场上取胜,应转变增长方式,应更多利用消费结构调整和节能新政带来的产业升级契机,寻求节能市场销量提升策略,将市场营销重点放在高附加值的产品上。

**李韬:**目前,在国内市场还是以普及型的低端产品占据主流,随着节能惠民等政策的实施,以更新需求为主的高端产品将会占据更大的市场比例。受益于此,作为家电生产企业来说,加大节能产品的研发力度,向市场投放性价比高的节能产品,缩短从“中国制造”向“中国创造”跨越的进程。

力诺瑞特 LINUO PARADIGMA SOLAR ENERGY

# 力诺瑞特技术突破建筑节能难题

作为一个致力于社会可持续发展的新能源企业,力诺瑞特率先提出太阳能与建筑一体化概念,充分发挥其合资企业的优势,不断引进世界先进的太阳能产品、技术和管理理念,经过消化、吸收、再创新,结合中国实际,积极研究推广旨在实现建筑节能的优质产品和技术,获得业界的高度认可。

其中,CPC-U型中高温集热技术,获得国家高新技术产业化可再生能源和新能源专项

资金支持。“太阳能集热器关键技术建筑中的开发与利用”项目,将太阳能与浅层地热能结合应用于建筑节能,获得国家科技进步二等奖。同时,力诺瑞特根据不同的建筑研制开发出平顶、阳台、斜屋顶等多种太阳能组合产品,并针对高层建筑、多层建筑、低密度住宅和公共建筑创新了十七种技术解决方案,通过将产品的标准化和模块化,促使太阳能热水器通过建筑的认证体系,成为可以被建筑

接纳的一部分。

此外,力诺瑞特还创新了太阳能中温空调技术,开发了全新的空气源热水器产品,全面推进建筑节能发展。在仅有的5年时间内力诺瑞特就推广了4000万平方米的低碳住宅,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、可持续的太阳能住宅的新型城市。

朱江华

朱言 谈语

## 事件:节能补贴销售时即兑付

16日,财政部、国家发改委、工信部联合发文称,将加快补贴资金拨付进度,对于企业应当在销售时即将补贴资金兑付给消费者,不能要求消费者在购买后二次回商场领取补贴。

**点评:**目前节能补贴工作已经带动节能家电销售明显加快,节能产品份额不断提高。同时,还存在补贴兑付环节多、现有推广品种难以完全满足消费者需要、监管信息报送不及时、消费者对政策理解不够充分等问题,这在一定程度上影响了政策实施效果。

## 事件:日系家电下滑超四成

日前,调研机构奥维咨询公布“十一黄金周”数据显示,日系品牌的整体下滑幅度超过40%,部分日系品牌同比下滑幅度甚至超过50%。

**点评:**日系家电的份额下降,这是大环境造成的:一是成本结构,没有成本结构优势的部分日本企业正在逐步退出;二是全球家电产业结构的重新布局,关键环节开始加速向中国集中,并在一些领域开始逐渐替代日本的原有产业结构。

## 事件:长虹荣登“中国节能产品企业领袖榜”

近日,中国标准化研究院能效标识管理中心发布“2012年中国节能产品企业领袖榜”显示,长虹入选“中国节能产品企业领袖榜”,成为最大赢家。

**点评:**此次评选以“节能产品惠民工程”数据库为数据基础,以国家相关产品能效标准作为技术支撑,通过节能贡献量计算自动排序最终形成,不包含任何主观评价因素。

## 家电知识讲堂

### 新空调不制冷,你是否用对了?

□记者 朱江华

对于空调不制冷的原因还是很多的,尤其是使用过几年后。但新买的空调就不制冷,可能就是用户在使用过程中,存在着一些不当的应用。

《第一家电》特邀中国家电专家刘步尘对于空调不制冷的原因空调就不制冷,或用户在使用过程中,存在着一些不当的应用,给出建议。

一、新买的空调不制冷,可能是供电的电压不足造成的。

一定要让空调保持在正常的电压下工作。空调最怕电压不稳,瞬间开启熔断熔丝就会导致故障,尤其在用电高峰时更容易出现这种现象。

二、新买的空调不制冷,可能是外界环境温度太高。

有些楼盘为了外观整洁,把室外机装在隐蔽的小空间甚至多套室外机放在一个小空间,由于空间空气不流通,导致散热器无法正常散热。

三、新买的空调不制冷,可能是功率不够导致的。

如果你家的空调一切都运作良好,就是感觉房间不凉爽,唯有靠近空调出风口才有冷气。这时,就要想到是由于房间面积太大,空调功率不足而造成的。还有一种可能,就是室内有太多发热的热源,如电视、电脑等,那就不妨选择一款家用中央空调好了。既美观,又适用。

四、新买的空调不制冷,室内外机连接的铜管过长。

安装空调时,应该尽量减小室内外机之间的铜管,如过长,就会导致将室内热量传到室外的效果很差,从而表现为空调不制冷。

如若以上几种原因都排除了,那就要考虑真的是空调出现问题,不用犹豫,直接找厂家吧。



主持人:朱江华



海信科龙营销公司副总经理 李振晓



中怡康市场研究公司总监 左延鹤



家电(hea.cn)网主编 李韬