



总第185期



随着市场的激烈竞争,空调企业不断推出新产品,而空调从方到圆产品的推出,为用户的舒适性升级带来全新体验。特别是在2013冷年一开始,各主流厂家便纷纷发布高端新品,那么,未来,能否通过市场化的洗礼使得空调行业的竞争趋于合理,技术升级、产品服务是否能在将来成为代替单一价格战的新法宝?

空调企业加快新品推出速度 抛弃价格战 商家靠什么赢市场



主持人:朱江华



青岛海尔郑州中心总经理 赵奔锋



中怡康市场研究中心总监 左延鹤



帕勒咨询公司资深董事 罗清启

国产品牌持续走强

主持人:据中怡康研究数据显示,2012年国内空调行业国产品牌份额占据94%,日韩品牌因自身宣传策略不足加之外部因素制约,品牌份额下滑约18%。各位如何看待“中国空调市场已经是本土品牌的天下”的观点?

从方到圆 海尔颠覆行业传统

主持人:近日,海尔最新推出的2013冷年圆形柜机系列新品——海尔帝樽空调,凭借着节能、降噪达到国际领先水平,成为空调行业唯一获评“红顶奖”的产品。这是否意味着随着用户需求的不断变化,技术创新带来的产品变革已经将这种“传统”彻底颠覆?

赵奔锋:空调从方到圆的颠覆,为用户使用体验的舒适性升级,海尔帝樽空调摒弃传统柜机所采用的离心式风扇,创新性地将壁挂式空调的贯流风扇应用其中,不仅使空调结构更紧凑、占地面积更小、噪声更低,实现了竖向送风模式,这样确保送风量更大、距离更远、更柔和。

左延鹤:鉴定一款产品是否国际领先,除了技术功能层面外,以外观创新等为代表的现代工业设计正成为评判企业创新能力的重要指标。海尔帝樽空

调源自玛姆香槟创意的圆柱形设计,不仅颠覆了用户传统的空调外观印象,也是目前行业内一款最具颠覆性的创新产品。

罗清启:海尔帝樽空调的颠覆性创新是时代性的表现。在经济低迷的情况下,用户不断上升的个性化需求和消费体验已经成为家电产品创新的重要依据。海尔空调由方到圆的改变,不仅是对传统认知、传统使用习惯的一种挑战、颠覆,也将彻底打开空调技术创新变革的新思路。

赵奔锋:据国家信息中心发布的《2012冷冻年度国内重点城市空调市场分析报告》显示,进口品牌在二三级能效变频空调领域的传统优势在逐步减弱。从具体数据来看,海尔节能变频空调销量占比已达到44%,在中国品牌对比中名列榜首,且高出第二名12个百分点。

左延鹤:从春节期间空调产品的销售情况看,本土空调品牌深植,日韩系已难有破局作为,国内空调行业格局的变化预示着新一轮的竞争即将来临。

罗清启:这说明外资品牌在国内空调市场中的份额已经萎缩。值得关注的是,对于格力、美的与海尔而言,其市场领先地位难以撼动。海信科龙系在完成品牌整合后,成为市场的又一支点,而志高空调也是主导空调行业大势的重要力量。

空调业回归到性价比

主持人:根据中怡康监测显示,2012年国内空调行业销售量同比下滑了12.3%,其中内销下滑明显,达到了14.7%。对此,业界预言,2013冷年不是价格的厮杀,而是看重核心技术的比拼、功能的升级、个性化的发展。各位有何看法?

赵奔锋:来自中怡康统计数据显示,2012冷年海尔空调同比增幅高达30.16%,是空调品牌中唯一逆势增长的企业。因此,2013海尔空调将依托海尔集团开放式的研发平台,全面围绕技术创新展开,让每一位用户都能全流程地参与到产品的研发和创新当中来,通过所有资源的整合与创新,为用户创造价值。

左延鹤:2013年空调产品价格将稳中有升,消费结构的升级带来的成本压力则是空调均价上涨的主要原因

素,价格或将上涨10%。在节能新政是否继续维系仍不明朗的情况下,空调企业抓住短暂的契机进行的技术升级将为市场消费者带来新一轮的“新品盛宴”。

罗清启:2013冷年度一开始,各主流厂家便纷纷发布高端新品,无一不显示出空调厂家要继续发力高端的欲望,可以预计,产业的集中预示着洗牌时代的来临,通过市场化洗礼的空调行业竞争趋于合理,技术升级、产品服务将成为代替单一价格战的新法宝。

2013年中国家电业看点之电视高端智能化

高清4K、OLED融合时代来临 中日韩企业角力智能电视市场

2013年1月8日,在素有产业风向标之称的美国CES大展上,超薄、能弯曲的OLED电视,4倍于1080P全高清分辨率的4K,再度搅动彩电行业。中国电子商会副秘书长陆刃波认为,2013年产业竞争格局已初步显现。 记者 朱江华



未来,中日韩企业在智能电视方面的发展各有侧重。

4K电视 所谓4K技术,顾名思义就是4倍于1080P全高清分辨率的显示分辨率,其在清晰度、画面细腻程度上的提升不言而喻。4K、智能、3D均可以融合,既可以在OLED上实现,也可以在LED上实现。

名词解释

彩电大屏时代的来临

2012年中国智能电视获得了前所未有的推广。2013年,彩电企业在推出新技术的同时,继续发力智能电视领域,企业话语权取得提升。

TCL发布110英寸全世界最大的全高清电视。支持4倍高清分辨率4Kx2K,主动式3D技术,多点触控技术,智能动态背光技术,超高亮度800nits。海信推出U-LED技术。据海信新闻发言人喻海涛介绍:“大

屏高清和智能化应用是海信主推方向,海信自主研发应用核心技术ULED,也是海信今年重点推出的产品。”

与此同时,三星将发售110英寸超高清4K电视,夏普发布8K分辨率液晶电视。对此,中国电子商会副秘书长陆刃波指出,随着彩电大屏时代的来临,超高清4K电视技术,正在吸引着业内的眼球。

OLED电视成为今年主题

被誉为下一代显示技术的OLED电视吸引了业内关注,并以韩国企业为主导。

至于中国市场何时投放OLED电视,三星、LG即将上市的OLED55英寸电视售价将高达8万元人民币,陆刃波表示,随着国际彩电巨头的力推,

国内彩电企业也将跟进OLED技术,预计今年将会试水OLED电视市场。从产业面看,韩国企业仍是OLED电视的最大主导方,但无论是主推4K及4K以上分辨率还是OLED技术,大屏幕标准已成业内共识。

中日韩再度博弈市场

“韩系以OLED为主攻方向,日系会将4K作为杀手锏,国产系则发力大屏与智能,这三大集团在2013年会各有侧重争夺市场,就看谁能更胜一筹。”中国电子商会副秘书长陆刃波表示。

目前国产品牌在彩电市场占据了七成以上份额。中日韩三大军团去年表现也各不相同,尤其是日系收缩的空间,被中韩两方抢走,韩系在收编市场空间的表现上略胜一筹。

“外资品牌希望在4K和OLED领域发力,靠新技术替代,来重新掌握竞争优势。今年这两项技术的产业化会快速推进。”陆刃波表示,日系会集中发力4K,因为其在OLED上优势不如韩国品牌,而中国企业仍在大屏幕和智能化运用上争取空间。

尽管TCL去年彩电销量进入全球前三,也是国内唯一一家打通液晶电视上下游产业链的彩电企业,但TCL集团董事长李东生坦言,中国彩电企业未来成长,要超越日本企业,还要跟两个大的韩国企业打擂台。

每周声音



电视机绝对不会消失

随着信息化程度越来越高,手持终端越来越普及,电视最终会消失的言论不绝于耳,但我想强调的是,电视机绝对不会消失,随着电视机越来越聪明,它会越来越融入我们的生活中,成为家庭多媒体的分享终端。 ——康佳多媒体市场部副总经理 廖黎明

高端家电获认同

我国家电市场是一个充分竞争的市场,一方面,消费者对家电消费日趋成熟和理性,消费者认同“一分钱一分货”;另一方面,高端家电市场的竞争也不是以价格取胜,而是要凸显物有所值。 ——国家电网总编 吕盛华

转型是必然趋势

三星电子上半年将全面停产传统液晶电视,这说明LED背光模块取代CCFL背光已成趋势。 ——WitsView研究部副总经理 张小彪

我们把互联网当作一场革命

很多人恨我,因为我们摧毁了很多昨天很成功的企业,但我们没有把互联网当作一个生意,我们把互联网当作一场革命。我呼吁大家认真地思考,高度重视这场革命,参与到互联网这个大湖之中。 ——阿里巴巴集团主席 马云