



2013年中国家电业看点之 冰箱面临洗牌

冰箱企业纷纷向高端产品发力

今年,三门以上冰箱将占50%多的销售量

据中怡康的监测数据显示,2012年全年冰箱市场将实现零售量3319万台、零售额803亿元,同比均下降8.3%。目前国内冰箱产能已超过1.2亿台,电冰箱行业处于供大于求的尴尬局面。中国家电营销委员会副理事长洪仕斌预计:2013年冰箱产业将面临洗牌。 记者 朱江华 文/图



消费者对三星T9000四门冰箱赞不绝口

A 冰箱处于供大于求的局面

2012年家电行业市场整体萎缩,需求下降,从而导致了电冰箱销售不利,同时面临产能过剩的危机。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2012年国内电冰箱总产量将达1.2亿台。电冰箱行业处于供大于求的尴尬局面。

随着产量的上升,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。洪仕斌表示,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。

B 高端产品的销售比例将增多

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,去年1-10月,三门冰箱的零售量及零售额占比跃升为33.09%和37.13%,同比分别增长了3.03%和1.79%。从产品结构来看,对开门冰箱呈现销售喜人态势,对开门冰箱零售量份额达到了15.8%,而零售额份额则提升至30.7%。由此表明随着消费者对生活品质的需求越来越高,高端冰箱产品作为高品质生活的象征也获得了更大的发展空间。

对此,中怡康总监左延鹤指出,中国冰箱行业从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2013超一半将是三门以上冰箱,这种调整还包括品牌格局的改变。左延鹤表示,目前,海尔领先,美的、海信科龙、容声、新飞紧随其后。第二阵营中将有一两个企业会“掉队”。

C 外部环境将影响高端冰箱的普及

以西门子、三星为代表的外资企业一直是高端冰箱的代名词,随着海信科龙、海尔、美的、容声等本土企业近年来纷纷在高端发力,冰箱市场主导权的争夺战正酣。

2012年3月,具备29年专业制冷经验的容声冰箱,推出了“艾弗尔”II系列高端新品。正是这一举措,使得容声在深陷负增长泥潭的企业中脱颖而出,成功跻身冰箱行业第一阵营,成为逆势增长的新标杆。美的冰箱推出凡帝罗法式冰箱、凡帝罗意式三门冰箱、凡帝罗对开门冰箱、凡帝罗欧式6F全能冰箱等四大

系列近20款高端新品,由此完成了在高端冰箱上的全面布局。而三星发布搭载独有的“保湿新生三循环”技术T9000四门冰箱,让食物长久保湿新鲜,避免水分流失。使业界对三星智能设计、高端定位的冰箱备受关注。尽管高端冰箱的占比正稳步提升,但未来整个行业产品结构进行调整和升级仍将面临一些阻碍。

对此,洪仕斌直言道,过剩的产能将集中争夺冰箱市场,因此冰箱行业有爆发价格战的隐忧。与此同时,未来企业面临的外部环境并不乐观,这些因素都将影响高端冰箱的普及。

记者 点评

对企业而言,要想在高端竞争中占有优势,不能仅靠功能及外观的模仿,而是要真正在核心技术上下工夫并不断提升产品品质和综合服务能力。与此同时,本土企业应结合外资品牌的优势,整合国际资本、技术与品牌影响力,以品牌联合的模式引进来,并进一步走出去,提升参与全球化竞争的实力。

本周末

格力空调千亿巨惠促销正式启动



2012年,这个全球经济疲弱的年份,格力电器却再一次站在了全球家电业的最高峰,创造了“单品打天下,销售破1000亿”的销售神话。3月23日和24日,河南格力在全省强势吹响“万人空巷抢格力”的战鼓!本次促销大战的规模之巨、让利幅度之大,让全省4000多家经销商和百万消费者兴奋不已。

记者 朱江华

13年仅此一次 格力空调掀起抢购盛宴

“这1000亿不仅是格力一步一个脚印踏踏实实走出来的,更是全球消费者用支持和信赖积累起来的。销售破千亿,是格力的业绩,更是中国的骄傲,对格力和整个空调行业都有着里程碑的意义。”河南格力公司负责人对此次活动充满信心,“格力是中国空调行业唯一的世界名牌,拥有1赫兹、双极压缩等9项国际领先技术。”

作为近一年来河南格力罕见的年度大戏,究竟会上演怎样的传奇?该负责人表示不便过多透露。不过我们还是从“13年仅此一次,错过再等一年”、“不可逾越的价格盛宴”这些令人血脉贲张的广告词中,窥见到了河南即将掀起新一轮震撼的抢购风暴。

自2010年河南闪电推出“万人空巷抢格力”,各家电大连锁专柜场面火爆,2011年、2012年活动期间销量更是连续两年突破50万台!一时间“万人空巷”被销售业界争相模仿,更让“万人空巷抢格力”成为格力大型促销活动的名片,以至于每年,消费者都对格力充满了期盼。“万人空巷抢格力”的每一次发声,都在家电江湖上创造一个难以超越的神话,格力已然成为撬动市场、一呼百应的市场动力引擎!

本周六和周日 买格力空调最佳时机

何时是购买空调的最佳时机?很多消费者一直以来都无法得到科学的消费指引。资深业内人士表示,选择购买空调的时机,既要避开旺季高峰购买期,省去安装不及时、货源

紧缺的麻烦;又要及时抓住商家的大幅度优惠活动,以便花更少的钱买到自己满意的空调。“从目前市场走势来看,3月必将是空调价格的分水岭,但随着天气变热,空调旺季到来,优惠难觅踪迹。而3月23日和24日将是今年最好的空调购买时机。”某连锁卖场空调负责人坦言。“我们等格力的万人空巷抢格力活动都等了一年了!这次总算可以出手了!”第一时间赶到专卖店咨询认筹的陆先生激动地说。作为格力空调的铁杆粉丝,许多消费者都早早预订好了购买型号,只等3月23日和24日活动正式开启。

“这次公司依据往年活动销量情况来分配活动资源机型,数量有限,如不提前预定,活动期间可能无法购买到心仪机型。现在认筹还送精美礼品。”导购员的介绍,让前来的许多意向客户惊喜不已,争相认筹。

时尚品牌

这两天,年轻护士谢小姐的“保鲜”嫁妆引起了众多网友,尤其是新婚、家装一族的极大关注。据了解,谢小姐是海尔冰箱“回味幸福保鲜时”活动的一位网友,因为对妈妈“保鲜”嫁妆的幸福晒照,引起了大家的关注。 记者 朱江华

小护士晒嫁妆 妈妈送海尔无霜冰箱为我“保鲜”幸福

一台冰箱见证“无霜”爱情

据谢小姐介绍,自己是郑州市一家医院的护士,她回忆说,2011年秋天自己结婚买家电,生活经验丰富的老妈帮了大忙。“知女莫若母”,知道闺女对食品保鲜要求很高,又比较懒,所以妈妈转了不少卖场,最终选了一台海尔无霜三门冰箱给自己当了嫁妆。“用这样的冰箱,保鲜好,还少了一件除霜这样的家务活,你们小两口就等着享福吧”。

由于丈夫做销售工作,饮食不规律是常有的事,谢小姐就用这台268升的海尔冰箱储藏果蔬、鱼肉、鸡蛋等一大堆食物,好让丈夫随时回来都能享受她烹饪的美味。“年轻人干事业,没个好身板怎么行。这阵子他天天外出嚷嚷给未来的孩子挣奶粉钱,很晚才回家,好在冰箱里啥都有,给他做饭也方便”。

全球第一品质保鲜无价亲情

不过在爱情上甜如蜜的谢小姐却没忘记劳碌一辈子的母亲,在参加活动之余,还看中一款海尔威尼斯对开门冰箱准备送给妈妈,让母亲在晚年也能享受上幸福的保鲜生活。谢小姐说:“短短两年时间,海尔冰箱也在不停升级换代。真没想到这台海尔新冰箱不仅无霜保鲜,而且容量这么大,还不耗电,一点都不吵人,送给老妈这样睡眠不好的人最贴心。”

据了解,海尔冰箱“回味幸福保鲜时”活动发起后,涌现出一个又一个真实感人的用户故事。同时海尔冰箱还为两门、三门、对开门、多门等不同系列的第一位无霜冰箱用户免费升级换代,体现出全球第一品牌的人文关怀和对用户的责任感。

每周声音



不要走全产业链模式

商业模式需要突破,但要找准自己在价值链上的定位,需要清醒的认识,不能冲动,不是要走全产业链模式,三星的全产业链模式固然很成功,但不具有普遍性。就像乐视若要做硬件工厂,我是不看好的。

——创维数码首席执行官 杨东文

OLED电视上半年在中国上市

在OLED整体技术环节,LG已经量产,但在OLED电视的普及上还存在一定难度,而在中国市场,最晚2013年上半年将会有LGOLED产品。

——LG电子中国区黑电本部营销总裁 李相龙

不打价格战是发展的关键

2013年厨卫产业的一批主流企业不打价格战,而是注重产品创新,不断提升产品的性价比、优化产品的使用功能,因此你的产品好,我就要做得更好——这是一种良性的、和谐的竞争。

——中国五金协会常务副理事长 石僧兰

家电自建网上商城时机未到

目前自建网上商城还不是时候,还是借助公用电商平台比较好。同时,要关注的焦点是怎么区分线上和线下的产品,让这两种不同消费群体的需求不要产生矛盾。

——无锡小天鹅总经理 柴新建