

帝度市场份额仅占1.68%

## 合肥三洋欲借荣事达获重生

4月1日,注定成为合肥三洋和美的共同纠结的结束日子。根据合肥三洋与合肥国资委协议,合肥三洋正式获得授权行使“荣事达”商标5年的使用权。对此,家电行业观察者梁振鹏表示,在美的租用的5年里,荣事达品牌已沦为鸡肋,想要在强手林立的冰洗市场重新崛起也并非易事。

郑州晚报记者 朱江华



家电维修热线:67655517

天天都是“3·15”,“第一家电”常年开通热线电话、书信、电子信箱、微博等爆料渠道,与您全方位互动。

说出您所遭遇的真实故事,踊跃提供案例事件,我们将以最热忱的关注,力寻解决之道。

## 品牌遇挫

合肥三洋推帝度销量仅有16.1万台

“三洋”品牌是合肥三洋租赁日本三洋电机。根据合肥三洋与日本三洋电机签订的《商标使用权许可合同》,截至2016年底,合肥三洋可能丧失三洋品牌的使用权。而随着海尔收购三洋的白电业务,这一可能正在变为现实。

2012年,合肥三洋推出自主品牌“帝度”,不过品牌积淀非一日之功,根据奥维的统计数据,2012年帝度洗衣机在国内的销量仅有16.1

万台,份额仅为1.68%。

对此中国消费电子产业观察者梁振鹏认为,合肥三洋发展第二品牌是应该的,但是打造一个高端品牌出来就不是一回事了;目前主流的白电品牌都是经过几十年甚至上百年的时间积累出来的,合肥三洋把帝度作为高端品牌的做法无异于联想想做高端电视品牌,前景都不乐观。

## 沦为低端品牌

三洋能否使荣事达迎来重生

显然,在可能失去三洋品牌使用权和自己推出的帝度品牌尚未培养成熟的情况下,拥有一个曾经享有高知名度的品牌有助于合肥三洋缓解当前的品牌困局。

4月1日,合肥三洋与合肥市国资委就“荣事达”商标签署《商标使用许可合同》,根据签约,获得荣事达品牌5年的使用权,使用的范围包括冰箱、洗衣机和微波炉。

但荣事达在合肥三洋手中,也有可能变成食之无味弃之可惜的鸡肋。

据维咨询的统计数据,2012年荣事达品牌的洗衣机销量为16万台,市场份额占1.67%。

对此中国消费电子产业观察者梁振鹏指出,今日的荣事达早已不是十几年前辉煌时的模样,特别是在美的过去租用的5年里,几乎没有进行过任何推广,目前已经沦为低端的农村品牌,几乎荣事达品牌已经沦为鸡肋,而此次回归合肥三洋旗下是否迎来一个重生的机会,有待观察!

## 行业动态

## 自动投放洗涤剂

小天鹅iAdd推动洗衣机产业升级

近日,凝聚行业200余名顶尖研发工程师历时3年9个月研究成果——小天鹅iAdd自动投放洗涤剂洗衣机正式面市,4月20日,巡展活动将莅临郑州中原万达广场。

此次全国巡展郑州展区现场共包括3大系列7款iAdd产品:2款“比佛利”滚筒洗衣机、3款“水魔方”波轮洗衣机和2款“喷瀑”波轮洗衣机,组成最强大的自动投放洗衣机产品阵容,而且价格由高到低,满足了不同消费者的需求。巡展活动现场的优惠力度将会更加给力:4月20日和21日两天,在巡展现场不需缴纳任何费用即可领取价值300元的现金抵用券,凡成功购买巡展产品自动投放洗衣机,在活动基础上现金抵用券全场通用。需要提醒的是,每张抵用券仅限购买一台洗衣机,老顾客凭以往购机发票可以额外冲抵100元购机款。

朱江华

## 每周声音

## 家电售后问题需三方努力

家电产品售后服务应该有三个主要的渠道:一个是家电的生产企业他们自建的售后服务体系;第二个是商业系统,也就是说家电的渠道领域;还有一个是,社会的第三方自建的售后服务体系,这个体系其实也是前两个体系很好的补充。

——中国家电协会副秘书长 朱军

## 画质是4K超高清电视前提

电视未来可能拥有很多发展方向,但画质是前提。单纯的发展智能化功能,而忽视对电视本质功能的追求,这便失去了电视的本质。非同一般的感官体验将是LG 4K超高清电视所追求的,同时也符合消费需求。

——LG电子华北大区总经理 李志高

## 冰箱业务将恢复性增长

今年美的冰箱将出现恢复性增长,计划产量为900万台,毛利率提高3个百分点。未来2~3年,美的要打好产品基础。随着城镇化推进,2015年中国冰箱行业将迎来新的发展高峰。

——美的冰箱事业部总经理 王建国

## 超高清电视还只是一个“早产儿”

4K超高清电视将是电视业的下一个目标,但目前超高清电视还只是一个“早产儿”,其上游面板、下游片源内容等相关配套产业尚不健全,短期内完全取代传统高清电视的可能性不大。

——国家广电总局科技委员会副主任 杜百川

## 九阳不止一次上黑榜

九阳小家电产品不止一次上黑榜的原因主要是,其一,生产商的管理水平不高,难以保障全部产品的质量;其二,不少产品进行贴牌生产,这种生产模式将对质量水平造成较大影响。

——中投顾问家电行业研究员 任敏琪

## 海信发布全球最快智能电视

“

4月17日,全球操作速度最快的智能电视VIDAA TV在北京发布。海信集团董事长周厚健在发布会现场表示,他本人将为VIDAA代言,从VIDAA开始,“简单”将真正成为智能电视的“新定义”。

郑州晚报记者 朱江华

## A 海信首创瀑布式极速选台

据了解,这款由海信集团研发生产的新一代智能电视采用了38项创新技术,实现了应用极简、切换极快的全新体验。

调查数据显示,八成以上(85.2%)消费者认为理想的智能电视要简单易用、运行流畅。VIDAA源于西班牙语,是生活的意思,作为一款“生活电视”,VIDAA TV在最大限度上满足了消费者对理想智能电视的要求。VIDAA TV采用了无主页设计,开机直接看电视。开发了仅为普通遥控器三分之一大小,“能揣进口袋”的遥控器,四个按键分别对应直播电视、点播视频、媒体中心、智能应用,四大功能均实现一键直达,将此前智能电视繁杂的操作简化到了极致。首创瀑布式极速选台,通过上下滚屏实现了换台不黑屏,只需0.1秒的“零等待”响应速度,成为全球反应最快的智能电视,将智能电视带入了极速切换时代。

## B VIDAA TV彻底摆脱“黑电”传统框架

在现场记者看到,在外观上,VIDAA TV也彻底摆脱了“黑电”的传统框架,大胆采用白色边框设计,辅以透明钢化玻璃底座,时尚靓丽的外观也彰显着这是一款颠覆性的电视产品。

周厚健表示,用户的消费体验真正成为智能电视的发展方向,“简单好用”成为智能电视产业成败的风向标。VIDAA的诞生以及后续2.0、3.0的不断升级与创新,能加快海信在市场的竞争优势,突出海信的领先地位,也能成为智能电视的引导方向,肩负起用电视这块屏给消费者带来愉悦的责任。



海信智能电视VIDAA TV新产品发布现场

## 主打技术牌 松下洗衣机“净”迎五一

随着五一节的脚步临近,洗衣机消费也呈现出迅猛增长的态势,各大品牌纷纷推陈出新,以新产品、新技术抢占市场高地。在这一重大战役即将打响之际,松下洗衣机率先发力,旗下波轮、滚筒新品双双惊艳亮相,“洗”卷节前市场,成为消费者更新换代的理想选择。

## 波轮再升级 洗护合一更贴心

现如今,人们对洗衣机的要求早已不单单停留在基本的洗净功能,泡沫净技术、精洗技术的引入,都让传统洗衣工具焕发出崭新的光彩。而作为高端波轮的引领者,松下此次推出的新泡沫净系列洗衣机,就将传统波轮与创新科技相结合,实现了“洗护合一”的理想洗衣境界。

据了解,松下新泡沫净与众不同之处,就在于安装了升级版的泡沫发生器,洗衣粉放入泡沫发生器内,洗衣粉在进水的同时即可迅速溶解成丰富而细腻的泡沫洗涤液,洗涤开始阶段洗衣粉就可有效地发挥洗净力,从而延长了洗衣粉的有效工作时间,充分瓦解油脂、汗渍等深层污垢,使得洗净均匀率大幅提升。在此基础上,松下还独创精洗技术,让衣物享受手洗一般的温柔呵护,有效降低了缠绕、磨损等现象,即使羊毛衫这样的高档衣物也能轻松搞定。

## 滚筒“实力派” 烘干除菌双高端

对于部分消费者而言,洗衣机不仅是劳动工具,更是个性与生活品位的象征,若想打动

他们,产品必定要有独特之处。松下斜式滚筒洗衣干衣机阿尔法系列的魅力就在于她集合了各项高端功能于一身,不仅可以智能烘干衣物,而且兼具除菌功能,全面护航家庭健康。

针对阴雨、低温天气衣物久晾不干的现状,松下阿尔法搭载了更为便捷、实用的智能烘干功能,可在烘干过程中轻柔地抖散衣物,达到受热均匀、蓬松自然的烘干效果,真正做到“即洗、即干、即穿”。值得一提的是,它还是名符其实的健康家电,所采用的光动银除菌技术,能够充分发挥银离子和羟基自由基的双重除菌威力,有效去除大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等有害细菌,大大降低了用户的健康风险。



此外,这款产品还兼具高温除菌功能以及筒自洁技术,这对于需要保持高度清洁且耐高温的婴幼儿衣物、寝具等尤为适用。