



总第207期

即洗、即干、即穿

# 洗干一体机进入智能时代

主持人:朱江华



嘉宾:海信科龙电器河南分公司总经理于西洋



嘉宾:河南苏宁云商有限公司总经理钱成建



嘉宾:奥维咨询(AVC)研究院院长张彦斌

## 海信洗干一体机登场郑州

主持人:8月13日,海信在郑州推出智能家电领域的力作——高端博纳系列洗干一体机,受到了业内人士及媒体广泛关注,作为智能化解决方案的宠儿,博纳系列洗干一体机是否成为海信抢占高端市场的有力法宝?

于西洋:博纳洗干一体机是“智能化战略”在海信家电系统的延伸,它汇聚了多项行业领先的创新成果,轻松达到衣物即洗、即干、即穿的便利境界。

钱成建:洗衣机市场高端化趋势越来越

明显,洗干一体机作为代表,市场销售比例在不断扩大,赢得了越来越多消费者的青睐。随着海信博纳洗干一体机的全面上市,更多消费者将轻松享受快捷省心的品质生活。

张彦斌:作为洗衣机高端市场的重要组成部分,洗干一体机从进入中国市场到被消费者认可,经历了相当长的时间。而随着海信博纳洗干一体机产品的推出,标志着洗干一体机开始进入智能化时代,这将会给未来的洗衣机市场带来新一轮的变革。

## 份额达33.2%,市场增速喜人

主持人:奥维咨询发布的6月中国洗干一体机市场数据显示,洗干一体机产品零售量份额为33.2%,环比上升1.9个百分点,这是否表明洗干一体机智能感知水质和衣物清除污渍种类满足消费者需求的速度和能力?

于西洋:海信博纳洗干一体机烘洗率高达66.67%,远高于行业平均水平,同时独特的Ex-Smart芯感控系统,将顾客带进全新的洗烘新生活,让洗衣工作变得更轻松,更放心,再无需担心衣物会发霉,也不用再皱眉头。

钱成建:作为滚筒洗衣机高端市场的重要组成部分,洗干一体机在各方的不懈努力下,近年市场份额不断提升。在苏宁卖场2013年1~6月,洗干一体机占滚筒洗衣机销量的比例达到85.28%,增长势头明显。

张彦斌:正是看到了高端洗衣机产品普及的趋势,企业才纷纷加大对洗干一体洗衣机产品的推动力度。而随着消费者消费能力的提高与消费观念的改变,高端时尚、智能科技成为越来越多消费者的核心诉求。

## 能效1级变5级,洗衣机迎来新一轮洗牌

主持人:据国家标准化委员会发布的公告称,自今年10月1日起,将启用洗衣机产品新能效标准。其中现有1级能效洗衣机变成5级,被业界堪称致命性的打击,各位对“洗衣机行业将迎来新一轮的整合”有何看法。

于西洋:目前越来越多的高档面料走入人们生活,衣物洗护需求愈加精细;同时个性化、便捷化需求日益凸显,如何满足消费者的差异化需求成为洗衣机品牌赢得消费者眷顾的关键。随着海信博纳洗干一体机的全面上市,更多消费者将轻松享受快捷省心的品质生活。

钱成建:新能效等级实施,对于消费者来说,加强了环保节能的意识,更优先考虑购买绿色环保的产品,并帮助消费者减少购买相关家电产品的成本;对于家电企业将迎来新一轮的洗牌,大量竞争力比较弱的企业将会出现倒闭。

张彦斌:新能效标准对于洗衣机产品的具体内容是,目前洗衣机的1级能效等级将降至5级,现有2级至5级的产品无法张贴能效标识。这将意味着70%滚筒洗衣机产品将面临退市,超过半数的波轮洗衣机将无法销售。

# 34亿! 白电惠而浦控股合肥三洋

惠而浦和合肥三洋的牵手绯闻终于尘埃落定。8月13日,合肥三洋发布公告:2013年8月12日,惠而浦以34.01亿元的代价,获得合肥三洋51%的股份,成为公司第一大股东。三洋电机、三洋中国推出合肥三洋。 郑州晚报记者 朱江华

## “三洋系”退出 惠而浦51%股份成大股东

惠而浦入主合肥三洋终于有了结果。根据8月13日合肥三洋披露的收购方案,惠而浦通过与三洋电机的股权转让和定向增发两种方式,最终以34.01亿元的代价,获得合肥三洋51%股份,成为公司第一大股东。

记者了解到,此次惠而浦中国入主合肥三洋将分两步进行。首先,惠而浦中国与公司股东三洋电机、三洋中国签订《股份转让协议》,前者以14.15亿元的价格受让三洋电机、三洋中国合计持有的公司股份1.57亿股,占公司总股本的29.51%。然后,

合肥三洋将以每股8.50元的价格向惠而浦中国发行2.34亿股,后者以现金进行认购,共计募集资金约为19.86亿元。同时合肥三洋拟更名为“惠而浦荣事达(中国)股份有限公司”。三洋电机、三洋中国将不再持有合肥三洋股份。

## 屡败屡战 惠而浦借合肥三洋再翻盘?

目前合肥三洋拥有帝度、三洋和荣事达三大主力品牌,随着惠而浦的加入,各大品牌之间如何优势互补、实现资源共享,成为本次并购留给投资者最大的悬念。

在同业竞争问题上,惠而浦中国上海总部向记者发来的书面资料中承诺,惠而浦成为合肥三洋的控股股东后,首先解决

同行业竞争问题,即凡是合肥三洋已有业务,包括未来规划的业务,惠而浦将全部集中到合肥三洋,而不再使用其他代工。

但值得注意的是,惠而浦从合资雪花开始,到合资水仙、蚬华、蓝波,惠而浦,可谓屡败屡战,其间甚至多次传出将退出中国市场的消息。

惠而浦北亚部总裁李彦曾在接受媒体采访时用“折戟沉沙”来总结。同时李告诉记者,此次对合肥三洋的收购是惠而浦承诺长期发展中国市场的一个延续,合肥三洋已经建立起全国性的分销平台,拥有充满增长机遇并具规模的制造基地,并恰恰位于合肥——著名的中国家电中心。

## 业界声音 合作前景有待考验

不过,此次收购前景仍待观察。家电网总编李韬认为,外资品牌在中国并不缺平台,但鲜有成功者,以美的、格力和海尔为首的国产白电企业已取得了较大话

语权,惠而浦想撼动,难度不小。“合肥三洋强项在于洗衣机,其余品类基本还处于培育期,双方的结合能否支撑起计划中的庞杂品类仍有疑问。”中

国家电营销理事会副理事长洪仕斌表示,外资品牌在中国主要在渠道和售后方面存在短板,新平台想要弥补这些缺陷有较大难度。

## ■朱言辣语

### 事件:夏普净亏损179.77亿日元

8月1日,夏普发布2013年4~6月业绩显示,夏普净利润亏损179.77亿日元(约合1.8277亿美元)。

点评:尽管夏普预测2013年度上半年财年净利润亏损近200亿日元,年底实现扭亏为盈。但要实现这一目标,必须强化结构性改革,压缩固定资产,削减费用,否则走出困境还尚早。

## ■行业速递

### 告别有霜时代

容声风冷无霜冰箱全新上市

近日,中怡康发布上半年冰箱市场数据,统计显示,冰箱整体市场销售量较去年同期增长近两成,行业紧缩局面缓解。其中,容声冰箱表现抢眼,销售额年度累计同比增长超过50%。

风冷无霜已经成为近年来冰箱行业重要的发展趋势之一。“风冷制冷速度更快,而且温度更均匀,所以行业300L以上的大容积冰箱基本都采取风冷的制冷方式。”专业人士说。在新一轮的市场竞争中,质量可靠、技术领先的产品更容易受到消费者的青睐。据此,容声冰箱在2013年下半年重磅推出多款不同门体的风冷无霜冰箱新品,以满足不同消费者的需求。

据悉,容声风冷无霜新品全面优化冷藏室、变温室、冷冻室的风道系统,采用45°倾斜的多重出风口设计,在离心风扇的帮助下,大量冷风可均匀送达冰箱内部每个角落,使食物享受360°环抱立体风的呵护。同时,容声冰箱独创纳米水雾保鲜技术,能有效解决风冷冰箱容易风干食物问题,通过冰箱内部搭载的电解分离装置进行高压放电,将空气中的大水分子团电解成微小水分子,从而更容易被植物细胞吸收。

2013年的容声冰箱新品一脉传承了容声30年的质量和技术积淀,同时全线搭载容声近年来的最新技术成果,用创新实力重新定义了“好无霜 要保湿”的高端冰箱保鲜新标准,为消费者提供更加简单和原生态的冰箱使用体验。 朱江华

## 家电企业结束桂林之旅

第五届本报文化体验令人难忘

8月10日上午,本报第五届“中原家电业文化之旅”嘉宾乘火车到达桂林,开启“文化之旅”行程。

在为期5天的第五届“中原家电业文化之旅”活动中,嘉宾们游览了桂林象鼻山、两江四湖、阳朔大榕树、阳朔西街等景点景区,参观了桂林八路军办事处,观看了大型实景演出“印象·刘三姐”,亲身体验了中华文化的博大精深和桂林文化的丰富多彩。

而同时举行的小型座谈,向各位嘉宾就郑州晚报全新改版以及家电部未来如何打造全新的媒企合作模式进行探讨。

郑州格兰仕生活电器有限公司董事长马建国表示,活动把观光和家电论坛等有机结合起来,不仅使大家体验桂林美丽的山水风光,还充分深入地了解了郑州晚报未来的发展趋势,这将成为中原家电企业的一次难忘的旅行。

据悉,参加此次第五届“中原家电业文化之旅”的20名代表分别来自格力、美的、格兰仕、长虹、创维、三星和海信等10家企业。 郑州晚报记者 朱江华