

## 伊莱克斯再换帅 重塑品牌需颠覆性创新



罗清启  
帕勒咨询资深董事



左延鹊  
中怡康品牌总经理



评论员 梁振鹏  
中国家电产业资深

### 换帅 伊莱克斯再也输不起

**主持人:**曾梦想成为中国市场洗衣机、冰箱等家电产品份额占比最大的伊莱克斯,如今,面临着再次换帅的尴尬境地。据欧睿国际提供的数据显示,去年伊莱克斯在中国大家电市场的份额占比仅为0.5%。那么任伟光马年走马上任能给伊莱克斯创造出“神话”吗?

**罗清启:**目前,对伊莱克斯而言,中国市场留给的机会和空间越来越少。从品类来

看,中国企业逐渐从外资企业手中接过冰箱、空调、洗衣机等主要产品的行业主导权,不仅在中国而且在全球也获得了成本优势,可以用全球的资源来强化中国市场的竞争优势,实现低成本与高技术的结合,成为欧美企业赖以发展的基础。

**梁振鹏:**早在1995年,伊莱克斯就已进入中国市场,但一直水土不服,使得伊莱克斯很长一段时间都没有实现整

体盈利。此次任伟光最大的目标就是要扭转在中国经营状况不佳的局面,并将逐渐陷入中国家电行业价格混战的泥潭重新拉回到高端。

**左延鹊:**伊莱克斯在中国市场份额严重下滑,不仅反映了其产品创新与产品品质的大幅下滑,更折射出其中国市场战略的全面衰退。面对快速增长的中国市场,伊莱克斯这次跨行业的“改变战略之路”自救有待时间检验。

### 换帅 倒逼伊莱克斯模式创新

**主持人:**曾被认为在中国实施了水土不服的营销战略,随着业绩不断下滑,摆在任伟光面前的路将不轻松。但从全球来看,伊莱克斯在全球市场具有很强的竞争优势,那么在中国的发展应该注意什么问题?

**罗清启:**目前对伊莱克斯而言,更重要的是利用中国的市场优势,这就需要

到研发、制造、营销三位一体,并在经营模式上进行颠覆式创新,针对消费者的个性化需求能够快速、准确地响应,而不是单纯的靠价格“贿赂”消费者。

**梁振鹏:**伊莱克斯致命所在是定位摇摆,过去多年产品市场反复进出,消费者早已被弄糊涂。目前必须改变是中国掌门人任期内的首要任务,

重新确立高端品牌形象,然而,市场留给伊莱克斯的时间并不多了。

**左延鹊:**目前,伊莱克斯的冰箱和洗衣机都采用中国企业贴牌生产这种轻资产模式,会更有利于在中国市场销量拓展。但长远看,当消费者发现花费高价并没有买到高质量的产品时,就离彻底退出中国市场不远了。

### ■行业关注

海信、长虹、TCL、创维、康佳、海尔等

## 13家企业通过4K超高清认证

2月17日,由中国电子技术标准化研究院与中国电子商会联合发布的首批4K超高清电视认证结果显示,海信、长虹、TCL、创维、康佳、海尔、清华同方、三星、LG等13家企业35个型号产品首批通过认证。郑州晚报记者 朱江华

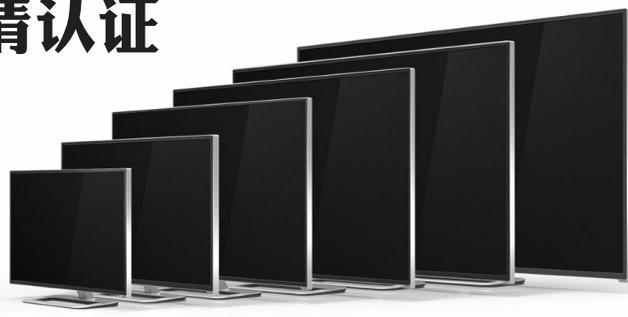
### 技术规范出台 符合产品特性

近日,中国电子技术标准化研究院联合国家数字音视频及多媒体产品质量监督检验中心和全国音频、视频及多媒体系统与设备标准化技术委员会等权威机构共同制定《超高清显示认证技术规范》,并经国家认监委批准备案。此次发布的首批4K超高清电视认证结果正是依据该规范进行测试审定。

认证测试项目包括超高清电视产品的功能、图像显示格式、接口、性能等,其中性能要求包括清晰度、亮度、亮度

均匀性、对比度、色域覆盖率、亮度视角、色度视角等,均为影响超高清图像效果的重要项目,能够充分反映出超高清电视的高清晰度、广色域、宽视角的技术特点。

据中国电子商会副秘书长陆刃波介绍,《超高清显示认证技术规范》的出台进一步提高各彩电品牌4K超高清电视的准入门槛,为我国4K超高清电视产业发展提供更为有效的监管模式,同时也将加速4K超高清电视的普及。



### 新技术不断推出 价格更加亲民

随着技术成熟成本下降以及一年多的市场培育,4K电视价格已被拉下神坛,变得更加亲民,这也加快了4K超高清电视的渗透速度。

另外,各彩电制造企业加大了在超高清显示技术创新上的力度。如TCL独创的2K转4K关联补偿技术、创维的全色域4K电视、康佳全新打造的新一代“一芯二翼”4K技

术、长虹4K无界显示及U-MAX观影技术等,值得一提的是,海信K680系列4K电视首次实现了USB、HDMI接口的4K读取。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,各类超高清技术不断推出,超高清电视的性能画质也随之提升。

技术的给力和价格的亲民使得4K超高清电视将在今年飞入寻常百姓家。

### ■朱言辣语

#### 事件:科龙空调签约“明骏女孩”

近日,科龙空调召开“30年全系精品首秀推介会”,推出全新QV艺术化柜机和超薄挂机系列,并宣布签约国内女子组合“明骏女孩”,担任科龙空调品牌形象代言人。

**点评:**目前用户对于空调需求的转变促使科龙空调调整战略,此次选择“明骏女孩”作为品牌代言人,正是因为她们的青春形象与科龙空调的产品风格及品牌定位都非常搭配。



总第230期  
主持人:朱江华

### ■新闻背景

业绩不佳,伊莱克斯中国区再度换帅,成业绩关注的焦点。

日前,原HTC中国区总裁任伟光替代上任不到两年的王丽芳,担任伊莱克斯中国大家电董事总经理一职。

于2012年上任伊莱克斯中国区董事总经理的王丽芳,表示伊莱克斯在中国市场采取的战略存在失误,要重振旗鼓打入中国高端家电市场。去年向中国推出了高端家电产品,但市场销售不佳。据中怡康时代的监测数据显示,2013年伊莱克斯冰箱排名第八,零售量和零售额占比同比上升了1%和0.3%;洗衣机排名第七,零售量和零售额占比分别上升了1%和2.3%。空调排名第12位。

对此,中国家电产业资深评论员梁振鹏认为,尽管任伟光是手机行业的老将,但从手机转战家电是“跨界”,如何克服“水土不服”,提升伊莱克斯中国区销售业绩,目前仍是未知数。

#### 事件:豆浆机销量同比下降8.3%

据产业在线的统计数据示,2013年豆浆机总销量达2361万台,同比下滑8.3%。

**点评:**对豆浆机行业而言,2014年仍是充满荆棘的一年,若无明显的市场、事件的刺激,预计今年豆浆机行业仍将持续下滑。

#### 事件:格力集团拟转让格力地产股

2月20日,格力地产发布公告称,公司实际控制人珠海市国资委拟通过无偿划转方式将格力集团持有的格力地产51.94%股权,并通过公开挂牌转让的方式引进战略投资者。

**点评:**这也意味着,珠海国资委的国资改革动作将率先在“格力系”实施。一方面,此举是国资委进行行业领域布局调整的关键动作。另一方面,这也是管理层向市场释放国企改革逐步退出房地产市场的积极信号,有利于房地产行业的整合。

### ■每周声音

#### 2013年是家电痛苦并快乐的一年

从全年市场运行趋势来看,节能政策的退出引发了家电市场的波动,各类家电新品的频繁上市又带来无限惊喜。因此,2013年是让无数家电企业痛苦纠结又喜出望外的一年。——北京中怡康副总经理彭辉

#### 松下电视机 拟在中国贴牌

为重组低迷的电视机业务,将积极与中国厂商合作,考虑委托合作方进行大规模的贴牌生产。——松下电视机业务部部长楠见雄辉

#### OLED或将主导未来电视革新

OLED代表着电视未来显示技术的发展方向,随着技术的日益成熟,OLED未来三到五年都将是彩电企业布局的重要领域。因此,谁在OLED方面的抢先布局将会为其未来竞争取胜赢得筹码。——中国电子商会副秘书长陆刃波