

上半年销量同比降4.8% 洗衣机市场进入变革期

经济下滑、房地产市场萎靡以及节能惠民政策的退出,让洗衣机行业市场容量放慢。7月24日,中怡康发表数据显示,2014上半年洗衣机市场零售量1615万台,同比下降4.8%,中怡康品牌中心总经理左延鹤预计,洗衣机产品销售疲软态势在下半年也难有改观。
郑州晚报记者 朱江华

洗衣机行业进入调整与变革期

2014上半年洗衣机市场呈现外冷内热。7月24日,中怡康发布数据显示,受宏观经济下行及房地产销售不振的影响,2014上半年洗衣机市场呈现负增长,零售量1615万台,同比下降4.8%,零售额293亿元,同比下降0.3%。

而在此之前的7月23日,奥维咨询发表数据同样显示,2014上半年,洗衣机零售市场整体销量1417万台,同比下降1%。其中,一、二级市场同比下滑5.4%,

三、四级市场下滑3.5%,大连锁、商超、品牌专卖全面下滑,大连锁下滑严重,降幅达到10.9%。

对于月洗衣机市场整体销量不佳原因,中国家用电器协会理事长姜风表示,洗衣机行业出现这种状况,既与中国经济大环境有关,也与前几年家电刺激政策有关。

现在中国经济处于下行时期,房地产市场也不景气,消费者购房需求低自然对家电的需求会减少。并且从2008年开始的家电

下乡、以旧换新、节能惠民政策,透支了市场需求,使农村家庭洗衣机百户拥有量达到70台左右,而洗衣机又是耐用消费品,使用寿命至少8~10年,更新换代期还未明显到来,姜风进一步分析说。

而中怡康品牌中心总经理左延鹤在接受记者采访时预判,2014年全年洗衣机销量增速将略微下降,零售量预计为3303万台,预计同比下降0.7%,零售额预计为599亿元,同比微增3.1%。

高端洗衣机成关乎品牌生死的利剑

高端市场的竞争是技术和产品创新的比拼,中国的家电产业正在逐步向智能化和泛“IT”化转变,比如海信推出Ex-Smart 芯感控系统、海尔推出免清洗洗衣机,以满足用户的个性化需求。

洗衣机市场这种产品结构趋势与特点,导致不同的企业在

竞争过程中利弊明显。由于滚筒洗衣机占比提升迅速,这让百分百以滚筒洗衣机为主的海尔、具备滚筒洗衣机优势的海信等企业今年销量乐观,相对而言,一些中小企业由于产品于市场需求脱节,在市场竞争中处于不利地位。

中怡康品牌中心总经理左延

鹤认为,随着全球洗衣机行业的进一步升级,在全球经济一体化的进程不断加快,市场竞争日趋白热化的当下,技术已经成为企业竞争的核心,只有不断推出好的产品,才能拥有生存的基础和发展动力,只有赢得消费者的信任和支持,才能抢占市场的制高点,在竞争中获得主动。

高端成洗衣机转型新战场

据中怡康数据显示,今年上半年,尽管洗衣机市场出现负增长,但高端产品的增长成为亮点。其中单缸、双缸以及波轮洗衣机的价格下降明显,而滚筒洗衣机的价格上升同比上涨2.6%,高价产品、高功能产品日益受到消费者青睐。

海信洗衣机产品总监宋红

艳表示,凭借技术、产品和服务优势,海信洗衣机率先普及高端滚筒洗干一体机,不仅带动了整体业绩的快速提升,更使得海信成为业内增速最快、发展潜力最大的洗衣机品牌。

奥维咨询研究院院长张彦斌表示,对于处在行业大变革、大转型期的洗衣机企业而言,

简单的价格战、宣传战已经渐行渐远。更多的挖掘市场新增长点,同时专注于产品本身,不断从技术、消费者使用体验入手,才是打破当前困境的根本。



朱言辣语

事件:夏普首季仍将亏损

近日,有日媒报道,由于退出欧洲太阳能发电业务,夏普2014年第一财季(4~6月份)可能出现上百亿日元净亏损。

点评:去年4~6月份,夏普公司录得净亏损约179.77亿日元;此次受多家媒体报道夏普首季续亏影响,夏普股市大跌2.13%。

事件:“华为手机品牌之旅”走进郑州

日前,“以行践言-华为手机品牌之旅”展车抵达郑州,华为年度旗舰精品悉数亮相,吸引了众多消费者前来试机体验。

点评:华为手机品牌之旅展车,为消费者带来一场融合时尚元素与前沿科技的饕餮盛宴,这种营销方式值得推广。

事件:机器人吸尘器成黑马

据国家统计局数据显示,2014年第一季度,吸尘器的线上渠道零售量占比达11.2%,与2013年同期相比增长5.8个百分点,增长迅猛。

点评:智能机器人因为外形时尚、操作便捷受到年轻人的喜爱,虽然目前发展仍受成本、技术的限制,但智能化仍将是吸尘器未来发展趋势。

事件:近吸式油烟机占比达42.6%

近日,奥维咨询发布监测数据显示,今年1~5月,油烟机整体市场中近吸式占比达42.6%,欧式、深罩式和平顶式的占比分别为36.1%、16.7%和4.6%。

点评:吸油烟机作为传统厨房家电,正在向智能化方向发展,目前市场中已有配置了可显示菜谱的液晶屏油烟机出现,为现代智能厨房提供了样板。

品牌看点

CHiQ 家族“最炸”亮相 长虹“8.08智慧家庭购物节”,好礼在行动

“爱过很多家电品牌,依然找不到挚爱;看了很多电视,依然没有最佳观看享受;吹了很多空调,依然等不到‘风随我动’的一天;换过很多冰箱,依然躲不过食物变质的悲哀。”要与过去使用起来“都是泪”的家电果断“分手”,聪明的男人有新的选择:长虹“8.08智慧家庭购物节”,CHiQ家族多品类、全系列产品震撼聚会,为用户带来真正便捷的舒适生活。郑州晚报记者 朱江华

CHiQ 全品类亮相,58Q1N 领衔“最佳客厅电视”

本次长虹“8.08智慧家庭购物节”打破以往传统,活动产品涵盖长虹电视、长虹冰箱、长虹空调等长虹智能家居全品类家电产品,将为消费者提供最多的选择。特别是长虹智能电视品类最为丰富,不仅有长虹经典实力派C系列 UD58C3000iD、UD42C6080iD 两大“爆款”,还有以58Q1N、50Q1N、42Q1N 三大“神器”为代表的最新智能电视CHiQ系列,共同组成“豪华双强”阵容,突袭炎热的夏季。

说到长虹CHiQ电视,很多

消费者并不陌生,其颠覆传统电视“看法”的手机-TV智能操控模式,不仅实现了“带走看、随时看、分类看、多屏看”四大功能,同时奠定了新一代家庭互联网电视标准。以CHiQ电视Q1N为例,其具备的“五大看法”,完美演绎了观看方式“变形记”。全网分类看,以用户为核心,实现电视资源与网络资源的汇聚,帮助用户跳过繁琐的选台过程。无需数字信号,一键就能直达正版直播节目,实现手机与电视的多屏协

同,看电视更便捷。

为了帮助消费者打造真正的私人影院,长虹CHiQ电视推出了多款不同系列的55、58、65英寸等大屏幕电视,搭配3840×2160的超高清分辨率、极速光影驱动、矩阵光控等尖端技术,可以满足用户大画质、高清晰、高速度、高对比、广视角的五大画质需求。据悉,长虹58Q1N凭借上述诸多产品优势,受到业界好评,被中国电子商会消费电子调查办公室评为“最佳客厅电视”。



长虹CHiQ电视Q1N



长虹被评为“最佳客厅电视”

8.08智慧家庭购物节 红包豪礼犹如暴雨袭城

就像第9号台风“威马逊”过境带来的强降雨一般,长虹8.08智慧家庭购物节带来的智能精品不仅凸显“业界良心”,购物节上的钜惠形式和力度也同样震撼。据悉,购买4678元的CHiQ电视42Q1N、6456元的50Q1N、8699元的58Q1N等CHiQ电视多款产品,消费者还能领取价值千元的面包机一台。有意向的朋友活动期间到各大家电商场长虹专柜咨询了解吧。

每周声音

洗衣机市场呈饱和状态

目前市场基本处于饱和状态,未来洗衣机产品市场销量将从高速增长转为低速增长因此企业要靠产品结构调整来推动稳定增长,而不是靠冲量。

——中国家电协会理事长姜风

中国互联网电视还是个孩子

中国的互联网电视还是一个孩子,远远没到分蛋糕这天。因此,真正互联网电视真正的活跃用户比例仍是个位数,还需要服务化培育的过程。

——工信部互动媒体产业联盟副秘书长杨崑

诚信方能共赢

格力电器的发展,我认为就是一点,诚信,共赢,这四个字不要忘记,就有办法能够面对现实问题,找到解决的办法。

——格力集团董事长董明珠