



购一城玩一路
这些家电品牌
为您推荐
好生活

变频空调占有率2014年达70% 智能、健康功能产品销量好

库存2800万台 空调业重演价格战消化

面对2014年高歌猛进的销售额,空调企业却了不起来,因为空调的库存已经达到历史最高位。

据记者综合最新数字显示,2014年空调全行业库存有2800万台左右。如果不能消化库存问题,将持续至2015年度,那么,企业将面临很危险的境地。

在“十一”黄金周,包括格力、美的、奥克斯、志高在内的空调企业爆发史上最大规模的一次价格战。

11月份,格力电器再推出以旧换新政策,随后美的空调宣告

称“美的1度电空调史上最大优惠,优惠不止1000”进行应对。

但市场并未迎来预期的抢购潮。根据中怡康的统计数据,“十一”和11月份空调行业的零售量和零售额反而出现小幅下降。

中怡康副总裁彭煜在接受记者采访时指出,不仅是空调,家电行业都已步入寒冷期。未来家电活动会更多,竞争手段也会更多。在彭煜看来,包括空调在内的整个家电行业寒冬期或将持续3~5年。

智能成亮点

2015空调销售量同比增幅5.7%

2014年空调库存达到历史最高位,直接影响2015年空调整体产业的增幅。据中怡康数据显示,2015年整个空调产业市场零售量将达4452万套,增长5.7%,但相比往年10%的增长已一去不复返。

但高端化、智能化作为关键词的“质变”将成为行业发展的主旋律。据中怡康数据显示,2014年,智能空调的销售增长非常明显,同比增幅超过300%。

海信、长虹、志高和海尔等空调企业纷纷推出自己的智能产品,无论技术还是功能都各有特色。

除了智能化,过去一年来全国各地频繁出现的雾霾天气所激发的消费需求,促使空调企业投入更多资源开发具有祛除空气中细颗粒物等健康功能的空调。主打健康功能的空调在市场上取得了不错的销售业绩。

同时空调继续向高端化迈进,节能、健康、时尚、智能成为空调产品的升级方向。空调高端产品正从二三级市场向三四级市场延伸,三四级市场的市场占比不断攀升。



有数据显示:
2014年1~10月中国空调内销量为6065万台,同比增长14.5%。而在进入8月份以来,空调市场出现了严重下滑,量额同比跌幅分别达18.3%和17.2%,11月空调内销442万台,同比减少0.3%,这不但抹杀了上半年亮眼的表现,还为刚刚开启的2015冷年蒙上了一层阴影。
郑州晚报记者
朱江华

占有率70% 变频替代定频空调成市场主流

变频空调新能效标准(APF标准)于2013年10月1日开始正式实施,根据国家规定,到2014年9月底变频空调要完成APF标准的转换。目前,APF三级空调市场占有率接近50%,从而带动了空调的产品结构。

最突出的是价格,APF二级能效产品截至目前已降1000元,同比去年

降幅接近15%。

另外,空调企业将降低对定频空调的生产,而大力扩充变频空调。如奥克斯、志高、长虹等企业变频空调份额占比同比都增长了6个百分点以上。

据中怡康统计数据,变频空调占有率2014年达70%,定频空调市场份额将下滑6%。

在彭煜看来,目前空调产品正处在更新和普及的双车道上,企业应审时度势,抓住机遇,充分运用大数据技术挖掘用户需求,在性能、使用体验等方面力求突破,用优质的用户体验赢取更多消费者的青睐。

洗衣机整体价格小幅度上升 波轮占据市场主导

日前,中怡康推总数据显示,2014年洗衣机整体市场零售量将比去年同比下降1.5%,3275万台,零售额同比增长2.5%,达到595亿元。市场涨幅不大,需求不旺。中怡康品牌中心总经理左延鹄指出,其实洗衣机市场的“寒冬”早就释放了,至少在未来两年间,国内洗衣机市场还将是“常态化”的寒冬。
郑州晚报记者
朱江华

寒冷是常态 市场遭遇滑铁卢

与其他家电品类相比,洗衣机市场还不是一般得“寒冷”,甚至还要零下10度以下。

日前,中怡康推总数据显示,2014年洗衣机整体市场零售量将比去年同比下降1.5%,3275万台,零售额同比增长2.5%,达到595亿元。

对于洗衣机市场整体销量不佳原因,中怡康品牌中心总经理左延

鹄表示,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,自然对家电的需求也会减少。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,中怡康品牌中心总经理左延鹄进一步分析说。

波轮价格下降2.1% 滚筒变频产品受青睐

据中怡康测算数据显示,2014年前三个季度,波轮洗衣机占据了57.3%的零售量份额,说明波轮洗衣机在很长一段时间内仍然会占据洗衣机市场的主导地位。但具有变频技术的洗衣机产品,由于洗衣效果好,对衣物磨损较小,所以,受到中高端消费者尤其是改善型消费者的青睐,在2014年前三个季度占据54.6%的零售额份额,滚筒洗衣机市场份额进一步提升。

从价格来看,2012年~2014年

前三季度,洗衣机整体价格增幅3.3%,呈小幅上升态势。其中滚筒洗衣机的平均价格上升2.4%,而波轮洗衣机的价格下降2.1%。

中怡康品牌中心总经理左延鹄分析称,这里既有产业调整的结果,也是高端消费需求释放的结果。

针对洗衣机品牌,无论从零售量上还是零售额上,参与品牌都保持着相对稳定的市场格局。左延鹄认为,目前国产品牌与外资品牌的市场表现,可以说是难分伯仲。

预测增长2.7% 未来市场机会尚在

市场下滑、需求低迷、前景不明,但都没有阻挡一批家电企业扩充产品线的浪潮。

容声从冰箱行业选择在寒冬中“杀入”洗衣机市场,TCL全面从彩电行业加大对中高端洗衣机市场抢夺,显然也正是看到了存在这一市场的机会和突破口。

据中怡康预计,2015年洗衣机市场的零售量将达到3363万台,同比增长2.7%。其中波轮洗衣机零售量同比增长4.2%,滚筒洗衣机零售量同比增长9.1%。2015年,洗衣机市场零售额将达632亿元,同比增长6.1%。其中波轮洗衣机零售

额同比增长3.3%,滚筒洗衣机零售额同比增长14.2%。

中怡康品牌中心总经理左延鹄认为,2015年高端市场机会非常明显。一是大企业通过新产品、新技术的驱动力量,来抢夺原本属于外资企业的机会和空间;二是农村大量的双桶洗衣机等老旧产品,则面临向全自动洗衣机的换新。

左延鹄表示,当然,市场摆在了所有洗衣机企业的厂商面前,到底谁能抢夺这两块“大蛋糕”,靠的不只是商业的敏锐度,更重要的是产品的竞争力和营销的执行力。



中原家电
行业
年终报告