

空调市场增速放缓 企业力推智能化产品求变

■品牌来电

郑州海信首家工厂直营店明日开业

未来路与货站街向南200米路东这家店是海信郑州区域第一家直营店,也是一种尝试。

在海信工厂直营店,除了智能电视外,还有个区域展示的是海信手机。海信14年前就生产手机,后来一直与中国电信等运营商合作,直接走渠道合约机。

14年来,海信手机一直有着良好的口碑。工厂直营店展示的也全部是新品:299元的4.5英寸智能手机、999元的4核平板、2599元的海信手机机皇K8。

资料显示,海信集团2014年销量突破1000亿元,如此大“巨无霸”,区区工厂直营店能带来多少销量呢?海信集团郑州营销中心营销总监宋保魁表示:“尝试新的销售模式的意义远远大于销售数量的意义。”相信消费者经过价格对比、服务对比、体验对比,会发现工厂直营店的魅力,今后随着口碑传播,海信工厂直营店会成为大家的不二选择。

7月25日,海信郑州首家工厂直营店将开门营业,现场将有进店礼、购机礼等多重优惠。全线产品价格,宋保魁只说绝对震撼,但具体价格政策并未透露,只有到活动当天公布。朱江华



总第299期
主持人:朱江华



关注“郑州晚报家电”
获得权威家电信息

■新闻背景

日前,志高控股(HK0449)在香港联交所公布称,向独立第三方建银国际发行3000万美元(约2.33亿港元)两年期7%可换股债券,引起了广泛关注。

对此,中国消费电子产业分析师梁振鹏认为,2015年,随着房地产市场的回暖,作为空调行业领跑者之一的志高控股通过以智能云和变频实现了产品差异化的博弈,既获得市场业绩的增长,也带来利润的提升。也是建银国际抓住志高潜在的发展潜力一次投资决策。



广东志高空调总裁 黄兴科



中国消费电子产业分析师 梁振鹏



家电中国网总编 张大海

■增幅仅1.7% 空调市场进入深度调整期

主持人:据中怡康发布数据显示,2015上半年空调业感受颇冷,价格战导致空调均价几乎全线同比下降,销售量增幅仅为1.7%。

黄兴科:今年空调市场形势不好,主要是由于产能过剩和一些厂家的不理智压货造成库存量庞大。但志高通过“智能云产品PK非智能产品”、“变频产

品PK定速产品”的不对等竞争市场布局,以智能云和变频实现了产品差异化的博弈,截至7月5日,同比增幅达10.2%。

张大海:2015冷年国内空调市场销售规模增速、产品结构、生产企业结构、销售体系结构将进入深度调整阶段,这直接导致未来空调市场呈现

为产能扩张速度明显减缓。

梁振鹏:2015上半年空调业增幅缓慢的原因很多,如房地产市场低迷、经济下行等因素造成的影响更大。因此家电企业要清醒地认识到,销售不能寄期望于政策的短期拉动,只有回归市场机制调整,不断增强内生动力,才是行业发展的根本之道。

■空调智能化 缺乏竞争力企业面临挑战

主持人:尽管2015空调业增幅缓慢,但一直不温不火的“白电智能化”的话题却成为业界关注的焦点。

黄兴科:志高智能云空调之所以能够做到服务的多样化,关键在于,志高拥有业内唯一一个全球云空调大数据中心。虽然消费者看似购买的一台空调

产品,但其实真正为用户提供智能服务的正是大数据服务平台。

张大海:智能空调是空调行业的又一次升级,未来非智能的空调将逐步遭到淘汰。随着在家电智能化的趋势下,各大空调厂商都在“互联网”背景下布局自己的新道路,智能家

居的战火也将越燃越烈。

梁振鹏:未来空调的节能化、环保化和功能的加强、工艺质量比拼等因素,均有可能影响空调的发展,智能化只是重要趋势之一。如何使智能空调与家庭其他设备更好地融合、互通,将是未来探索的方向。

《郑州晚报·TOP家电》

因为专注 ★ 所以专业

——中原“首家关注中国家电产业”专业都市媒体

同舟共济 创新共赢

中国知名家电品牌 贺《郑州晚报·TOP家电》创刊6周年。



(排序不分先后)