

变频、健康、节能、舒适、便捷等概念新品频出 高端智能扭转空调业困局



关注
“郑州晚报家电”
获得权威
家电信息



总第307期
主持人:朱江华

新闻背景

9月22日,志高空调除发布了智能王空调全阵容新品和智能云+生态系统外。同时2016冷年实现空调行业前三强的目标。

9月23日,松下推出原装整机进口空调伯爵VE系列。进一步提升健康功能,受到空调业界及消费者的关注。

对此家电中国网总编张大海指出,面对激烈的市场竞争,无论是志高智能王空调系列还是松下原装空调伯爵VE系列,唯有以用户的实际需求为出发点,致力于产品性能和功能的提升,才是决胜市场的营销利器。

行业观察

家电寒冰期少见的好消息 洗衣机市场出现量额双增

2015年,白电行业又迎来市场寒冬,空调和冰箱市场的负增长直接导致不少家电企业遭遇销售上的打击。相较之下,洗衣机市场还保留的一点温度让行业看到曙光。

9月22日,国家信息中心信息资源部发布数据显示,2015年1月到7月间洗衣机市场销售量同比增长4.11%,销售额同比增长4.37%,是冰箱、洗衣机、空调的大白电序列里唯一量额双增产线,也成为家电冰期中少见的好消息。

国家信息中心资源开发部副主任蔡莹分析洗衣机增长原因认为,洗衣机市场整体规模这几年相对平稳,消费需求受整体经济环境影响的负面作用相对较小,同时受产品结构变化与更新换代水平的提升,洗衣机整体市场保持了平稳上行的基本态势,洗衣机生产企业针对差异化的需求提供的差异化产品、服务水平相对较高。

上半年,企业在中高端产品的推广上也非常明显,对市场拉动和企业利润率的保障起到双重推动作用,数据显示,2015年1~7月零售市场高端洗衣机的销量占比稳定在6%以上。随着更新换代消费占比提升,中高端产品的需求依然在持续释放。

在线下渠道方面,虽然洗衣机在一级市场的销量占比如今已达到51.49%,但随着增量需求在一二级市场逐渐放缓,越来越多的厂



志高集团董事局
主席 李兴浩

广州松下空调器
总经理 山口昌彦

家电中国网
总编 张大海

技术创新 空调高端化趋势明显

主持人:回顾2015冷年的空调市场,价格战的阴霾挥之不去。然而,在价格竞争已经不再具有优势,并且收效甚微的市场大环境下,2016年空调厂商们何去何从?

李兴浩:作为志高智能云空调的升级迭代产品,智能王空调是志高独创的智能云+生态系统下的产品落地。这一产品的推出意味着志高建立多年的差异化

竞争力智能云核心科技也应用到更多的高端产品上,来推动智能空调的普及,从而不断深化志高空调高端化转型战略。

山口昌彦:作为松下空调着力打造的年度精品,伯爵VE系列新品搭载了nanoe-g纳米离子技术、通过释放装置释放出带负电荷的nanoe-g,有效吸附空气中的PM2.5,使PM2.5带负电荷,进而通

过滤网抑制,自动清洁和清除内部的细菌,保证使用的健康。

张大海:空调业在经历了2015年的一系列价格战与库存战以后,2016年空调企业将全面转向产品力的竞争,空调市场向高端化进军的趋势已经不能逆转。空调企业向高端化、艺术化和智能化的“转型升级”战略,都为空调行业发展注入新的活力。

高价值产品 空调转型市场的主流

主持人:目前美的、志高、格力、松下等厂商纷纷推出集智能、变频、健康、节能、舒适、便捷等概念于一身的新产品,抢占市场份额。这是否意味着高端个性化产品将是未来空调企业应对目前市场困局的重要突破口。

李兴浩:志高将加深高端化战略,来推动智能云空调全面普及,从单一产品竞争,向“智能云+生态系统”的平台较量。而拥有58项智能云空调功能的志高智能云空调,不仅采用云技术和互联互通技术,实现用户、空调以及智能云+大数据的三方互动,而且获世界纪录协会颁发的“智能空调世界纪录”。

山口昌彦:作为松下空调着力打造的年度精品,松下伯爵VE系列从消费者关注的健康需求出发,从产品外观、制造工艺、空调零部件及功能等方面满足消费需求,传承了日本松下空调商品的高品质属性,也为高端空调市场注入了新鲜的元素。

张大海:高端产品是以科技含量、个性化设计为消费者带来差异化的享受,带来的不仅仅是企业的高利润,也是企业实现产品结构转型升级、体现领先实力的重要支撑。随着中外企业不断发力让高端家电市场竞争进一步加剧,同时也引领了高端空调的更新换代。

品牌消息

美的“舒适星”空调 智能安享“懒时代”

美的“舒适星”空调创新设计的“无风感”送风模式,直击“懒人族”的痛点,对产品操控系统重新布局,消费者只需要轻轻一按“无风感”,空调便能无风状态运行;一键“ECO”,空调自动启动节能省电模式。朱江华

一键尽享“懒人模式”

“无风感”送风技术是美的“舒适星”空调与AC尼尔森联合调研后,专门针对普通空调“风不自然、风太硬”的消费痛点,精心研制的一项全新技术,能够有效控制空气流动,让空调吹出的风凉而不冷。

此外,美的“舒适星”空调还搭载了ECO功能,

延续了美的变频空调一贯的“节能”理念和技术优势。当夏天使用空调高峰期来临时,用户只要一键按下“舒适星”ECO按键,就能实现精准控温,细分每一份风量和电量,真正实现一晚低至一度电的省电效果,让“懒人族”们一键便可以“坐享其成”。

智能化尽享舒适生活

说道“懒人族”,一定会选购具备“智能控制”功能的产品,这样在日后的使用中就不用频繁操作,轻松享受舒适生活。对此,美的“舒适星”空调配备的一键“PMV”功能,在开启后就会自动地开启空调的精确控温功能,空调会按照室内温度变化,自动的调节运转情况。

此外,美的“舒适星”空

调还可以通过美居APP,在WiFi环境下与空调连接,可以实现手机控制空调,温度调节、睡眠曲线设定、电量查询、空调体检与自动升级等功能。随着移动互联网的深入,空调操作和用户体验都在升级,美的“舒适星”空调用一键设置和APP智能空调,让舒适的生活从“偷懒”开始。



商对三四级市场的挖掘更加深入,从今年1~7月份的整体数据来看,企业尤其对四级市场的抢滩更为激烈。

而在线上渠道方面,奥维云网数据显示2015年1~8月,洗衣机线上市场零售量规模达到399.6万台,同比增长80.9%,零售额达到53.0亿元,同比87.0%。2015年洗衣机线上市场份额将达到20.6%,零售额份额将达到14.9%。与其他大家电相比,洗衣机线上市场发展迅猛,稳居大家电第二名。从今年一些重点促销节日看,洗衣机紧随线下促销期的同时发展线上特有促销节,“618”、“818”、“双11”交出超水平成绩单。

随着各大电商平台强化和主流洗衣机品牌的合作力度,

优化产品采购结构,洗衣机线上市场已经不再是过去的偏低端层次。1~8月份,滚筒洗衣机的份额持续推进,到2015年,零售量份额达到30.1%,双缸、波轮和滚筒的均价虽然下降,但受结构升级影响,行业均价上升,波轮市场容量段结构上移。

中国家电网总编辑吕盛华告诉记者,随着产品结构升级显现,主流品牌持续深入布局,未来品牌企业更多的是做多渠道布局、全渠道统筹运营,任何单一渠道都难以支撑企业的持续、稳定发展。郑州晚报记者 朱江华