

■行业观察

# 冷!惨!淡! 家电业的寒流来了

今年以来,彩电业普遍遭遇市场“寒冬”,为了让捂紧钱包的消费者愿意掏钱买家电,十一黄金周期间不少厂商都在搞“十一购物狂欢节”家电大促销,力挽低迷的市场。但伴随着国庆长假的营销高峰结束后,盘点中国家电业却发现这个黄金周寒意越来越冷,难见春天的影子。 郑州晚报记者 朱江华

## 冰箱遭遇秋冷

奥维云网(AVC)推总数据显示:十一当周(9月28日~10月4日)冰箱零售量193万台,同比降幅15.4%,零售额71亿元,同比降幅14.7%。

中怡康推总数据显示:十一当周(9月28日~10月4日)冰箱零售量345万台,同比降幅3.6%,零售额108亿元,同比降幅1.1%。

同时中怡康推总数据显示:十一当周(9月

28日~10月4日)冰柜零售量45.1万台,同比降幅2.2%,零售额6.3亿元,同比降幅7.8%。

点评:十一长假对于顾客而言,全家难得聚在一起,出去旅游成为常态,因此原本的黄金周,成了旅游黄金周,在这一点上企业和代理商要特别注意,放掉原有的顾客思维模式,改变自己才是出路。

## 洗衣机“淡”上加霜

中怡康推总数据显示:十一当周(9月28日~10月4日)洗衣机零售量418万台,同比降幅3.6%,零售额82.3亿元,同比降幅2.3%。

奥维云网(AVC)推总数据显示:十一当周(9月28日~10月4日)洗衣机零售量219万台,同比降幅14.2%,零售额50亿元,同比降幅13.1%。

点评:在今年经济市场整体疲软的大环境下,中国家电市场同样面临严峻形势,需求出现大幅下滑。而中怡康、奥维云网销售数据显示进一步确认了中国家电产业高速增长时代的结束,而在高速增长时代所建立的庞大产能,则进一步加剧着企业和经销商的库存压力。

## 空调惨不忍睹

奥维云网(AVC)推总数据显示:十一当周(9月28日~10月4日)空调零售量206万台,同比降幅17.4%,零售额79亿元,同比降幅21.8%。

中怡康推总数据显示:十一当周(9月28日~10月4日)空调零售量313万台,同比降幅8.1%,零售额109亿元,同比降幅11%。

点评:看来企业规模效益和价格战已经

失灵了。而互联网大发展,空调线上销售火爆也直接导致线下家电产品表现平庸,为什么线上会火爆的原因,罪魁祸首是家电企业,在线上与线下的产品玩噱头,要么同质不同价,要么就是赔本赚销量,直接导致经销商苦不堪言,哪有销量?因此,实体店不赔钱才是奇迹。

## 彩电走势继续降

奥维云网(AVC)监测数据显示,9月28日~10月4日彩电市场线下大连锁渠道的零售量为59.9万台,同比下降27.7%;零售额为26.6亿元,同比下降25.6%,预计40周整体零售量规模将达285.2万台,同比下降8.0%。

而中怡康的零售数据也从另一个侧面证明了国庆假日市场受到各种减弱效应的影响。据中怡康39周、40周两周的线上线

下监测数据初步测算,两周合计零售373万台,与去年两周同比下降近7%。

点评:对于彩电企业而言,面临的考验和挑战不仅是销售数据下滑而已。面对低迷的市场环境,彩电企业不仅要管电视机的生产,还要考虑给用户怎样的内容和服务,如果经营用户,如何从经营用户和提供内容中挣到钱,未来市场竞争的格局也会更复杂更难应付。

## 新品看点

# 松下阿尔法滚筒洗衣机 新品引领行业“风向标”



## 植入智能科技 实现智慧洗涤

松下阿尔法新品搭载的ECONAVI节能导航技术只需一键触控,就会让每度电、每滴水发挥出更好功效。而全方位三维立体洗技术,则搭载3D传感器,从上下、前后、左右的六个振动方向感知滚筒的运转,判断洗涤物的运转状态,并针对不同重量的衣物,分别进行不同的洗涤状态调整,有效发挥出洗净效果。此外,松下阿尔法新品还搭载了3D振动智控、温度智控、布量智控、布质智控等8项精准智控,从洗涤,到洗净,再到烘干,每一步都做到高效节能。

## 性能优化升级 带来加倍洁净

面对激烈的市场竞争,松下洁净研究所将精力更多的放到产品基本性能的提升上,由其研发推出的松下阿尔法滚筒洗衣机新品就融合了泡沫净技术、阿尔法洗涤技术和五瀑布循环喷淋洗涤技术3重洁净科技,为用户带来加倍洁净的体验。松下阿尔法新品采用的创新泡沫净技术在进水时通过高压水流快速溶

## 双重除菌功能 呵护家人健康

在多元化的消费趋势下,健康也成为消费者的一大关注点,何况秋天多阴霾,容易滋生细菌,具有除菌功能的洗衣机就受到了用户的青睐。针对此点,松下洁净研究所为松下阿尔法滚筒洗衣机新品注入了光动银除菌和95°C高温除菌双重除菌技术,解决了消费者秋季洗涤的烦恼。

据悉,松下阿尔法新品采用的光动银除菌技术,在蓝光照射作用下促使银离子和水发生反应,产生羟基自由基,

日前,松下洁净研究所推出了集智能化、加倍洁净和双重除菌功能于一体的阿尔法滚筒洗衣机新品,引领行业发展“风向标”。朱江华

解洗涤剂,形成丰富而细腻泡沫,洗涤开始阶段洗涤剂即可发挥洗净效用,延长洗涤剂有效洗涤时间,洗净效果显著。另外,五瀑布循环喷淋技术通过水压从5个方向喷出瀑布般的水流,全方位喷淋衣物,使泡沫和水流更快渗透衣物,提高洗净力。而阿尔法洗涤技术,则模拟手搓方式,大幅提升了洗涤均匀度。

与银离子同时发挥除菌作用,在呵护衣物的同时,更健康洁净。95°C高温除菌功能则采用传统高温煮洗方式,将水加热到95°C来洗涤,有效去除衣物上的细菌,尤其对需要保持高度清洁的幼儿衣物、寝具等,除菌效果更显著。

业内人士指出,松下阿尔法滚筒洗衣机新品的推出,不但为用户带来全新的洗衣体验,也顺应了家电行业高端化、精细化的发展趋势。

## 预测

### 明年国庆黄金周 家电业更“惨”

近两年来,节假日企业扎堆低价促销成交的“假日效应”已渐渐褪色,假期出游成为越来越多人的选择,因此十一长假的成交相比平时反而出现大幅下滑。而同比去年黄金周,家电产品销量出现小幅上升,则主要依赖于规模效应和价格战。

另一方面,互联网巨头纷纷将家电纳入战略范围,而企业也在进行定制化尝试,如海尔、美的等品牌,不过这些定制,主要是提供有限的几个选项供用户选择,更多的是从生产者的角度出发,普遍缺乏互联网用户的数据支撑。

对此,中国家电商业协会副秘书长吴晟建指出,市场下滑,销售下降,甚至经营亏损,将倒逼家电企业加快“互联网+”的步伐。“剩”者为王的时代才刚刚开始,由于基数大,压力大等多方面因素,我国家电消费市场距离“触底反弹”点还有很长一段时间,所以不排除4季度乃至明年市场基本面仍在下行区间的可能,或者说,明年国庆黄金周还可能更“惨”,家电流通企业要做好“长期过冬准备”。

在中国家电商业协会理事长彭宝泉理事长看来,中国家电行业的困难时期才刚刚开始,由于基数大,压力大等多方面因素,我国家电消费市场距离“触底反弹”点还有很长一段时间,所以不排除4季度乃至明年市场基本面仍在下行区间的可能,或者说,明年国庆黄金周还可能更“惨”,家电流通企业要做好“长期过冬准备”。

## 品牌消息

### 创维与东芝战略合作 完善白电产业布局



近日,创维集团与日本东芝株式会社宣布,创维旗下白电产业公司创维电器与东芝旗下生活电器公司东芝生活电器株式会社(TLSC)签署战略合作协议,双方将就白电产品(冰箱、洗衣机、吸尘器)展开长期战略合作,合作内容包括国内外市场销售、产品开发、供应链及精益制造领域等全方位合作。

这是创维进一步实施“国际化、智能化、多元化”战略的新举措。创维集团总裁杨东文表示,与东芝合作,是创维针对旗下冰箱、洗衣机产业所做的重要战略布局,创维希望借助本次战略合作,促进冰洗产业向高端化、智能化、规模化发展。

创维与东芝将在产品开发上展开合作。先期,由创维根据中国市场需求,进行产品规划,东芝按照创维规划的产品功能进行产品开发,将东芝领先的冰箱、洗衣机技术优势全面转化为产品优势;未来,随着双方合作的深入,双方还会在核心技术、关键零部件领域展开合作,共同开发新品。与东芝智能冰箱、洗衣机领域研发成果的合作,将极大促进创维白电产品智能化升级。

“日本制造”闻名世界,其精益生产管理理念对全球企业都产生了重大影响。与东芝在制造方面的合作,无疑是创维电器近距离学习、借鉴日本精益生产管理,加速制造升级的绝好机会。朱江华

## 以“墨”为名,尽显其“功”

爱普生区域媒体沟通会走进郑州

10月15日,“墨功”2015爱普生区域媒体沟通会在河南郑州举行,来自郑州的10家核心媒体出席了本次媒体沟通会。2015年,恰逢爱普生品牌创建40周年。在这40年中,爱普生凭借过硬的“功力”——“科技+本地化”,通过持续不断地创新,始终引领行业发展,在打印、视觉沟通、生活品质、生产制造四大领域制造超越用户期待、令人感动的产品和服务,成功占据中国市场领先席位。在打印机领域,爱普生一直致力于颠覆性的创新活动。墨仓式开创了“黑白仅需1分5,彩色仅需4分3”的低成本打印先河,彻底释放了中国用户的打印需求。爱普生在推出墨仓式的同时,针对家庭用户推出“Print for fun”快乐打印解决方案,让打印机真正融入寻常百姓家。不仅如此,今年4月,爱普生针对商用用户推出的A3+彩色商用墨仓式打印机WF-8系列。墨仓式上市以来,根据IDC数据显示,截至7月底在中国市场累计销量已突破160万台。白贺



关注  
“郑州晚报家电”  
获得权威  
家电信息