

跨过去
明天更精彩
我在 等你
2015

2015 家电市场年终 特别报道

空调价格战未达预期 市场开启震荡盘整模式

动力不再 价格战雪上加霜

与2014年产销同比双增长相比,2015年空调行业动力不再,进入震荡盘整期。在2014年第三季度至2015年第三季度的5个季度中,有4个季度空调市场无论是零售量还是零售额,都出现了下降。对于市场快速下滑的原因,中国家电协会副秘书长陈钢认为有以下几点:一是有效需求不足;二是产能过剩,库存压力加大;三是天气原因;四是宏观经济形势影响。

据了解,近几年国内空调市场保持每年4000万台左右的销量,全国空调保有量已经达到近5亿台,在一、二级市场空

调每百户保有量达到130台,加之刺激政策退出,导致空调消费的动力不足。

从9月份开始,以去库存为目的的价格战并没有达到厂家的预期,还令本不景气的市场雪上加霜。中怡康品牌中心总经理左延鹤表示,空调市场正从原来的增量市场转向存量市场,品牌竞争已经进入白热化。

惨淡的数据背后也蕴藏着亮点。结构升级速度加快,艺术化、智能化产品迅猛发展,线上保持高速增长都在为后期市场的恢复乃至爆发积蓄着力量。值得一提的是,1~10月,空调市场线上

零售量同比增长59.2%,零售额同比增长41%,远远高于线下,电商的地位进一步确立。中怡康的数据显示,今年前10个月,线上空调零售量占比已经从去年的7.6%攀升至12.3%。中国家电协会副秘书长陈钢指出,面对这样的市场状况,未来如何快速清理库存、调整产品结构,成为企业应当关注的首要问题,也是实现破局的核心。可以预计的是,2016年的空调库存仍将在高位徘徊,各类促销将频繁发生。今年第四季度,线下各品牌的大促和电商的促销交织在一起,形成一道独特的风景。

日前,在“2015年中国空调产业年会”上,中怡康发布《2015中国空调市场趋势报告》显示,2015年1~10月,空调行业零售量同比下降2.3%,零售额同比下降6.0%。中怡康品牌中心总经理左延鹤预计2015年空调行业整体零售量和零售额将分别达到4143万台、1371亿元,分别同比下降1.7%和5.0%。
郑州晚报记者 朱江华

卖点增多 年轻化和改善型需求成新动力

根据中怡康发布的《2015中国空调市场趋势报告》预测,中国空调的城镇每百户拥有量的阈

值将达170~180台,农村将达60~70台。中国空调市场仍存在巨大的增长空间。空调消费群体的年轻化和改善型需求给市场注入了新的活力。2015年,购买空调的消费群体中80后、90后所占比例已经超过50%;首次购买和改善型购买各占半壁江山,未来改善型需求的比例还将逐步增大。

今年几乎所有空调品牌都推

出了以“智能”为主打的新品,空调企业对智能化的关注点开始更多地落在产品上,将突破方向选为控制方式、使用功能及场景设置的智能化。

中怡康品牌中心总经理左延鹤表示,空调的卖点正在日益增多,除PM2.5、体感无风、儿童空调、自清洁、画时代出现在了今年不同品牌空调产品的宣传词中,这些宣传点也为空调产品的均价提升提供了一定空间。

超高能效受冷落 国内品牌垄断节能榜

在“2015年中国空调产业年会”上,瑞士TOP10节能中心发布了《2015中国高效空调TOP10榜单》。

依据空调产品能效评测方法的不同,该榜单分为定频和变频两个子榜单,国产品牌型号占据了绝对优势,海尔和海信的入选型号最多。在定频空调榜单中,外资品牌仅一个型号入选。而在变频空调榜单中,只有日本两个品

牌共计7个型号入选。

瑞士TOP10节能中心技术部主任胡波分析认为,在传统定频空调中,国内品牌优势非常明显;在变频空调中,虽然日系空调仍然在1匹和1.5匹空调的性能评比中处于前列,但国产空调已经迎头赶上,并开始占据市场优势。

胡波透露,定频空调市场能效领跑

产品的平均能效水平自2010年以来不断下降,这与大部分厂商将研发和推广重点转移到了变频空调上,因此对推出高效定频产品动力不足有关。类似的情形也出现在变频空调市场,与2010年前后不断有厂商发布超高能效产品相比,最近几年各厂商不再热衷单独突出超高能效概念,这说明厂商更加注重产品设计和加强实用性。



白电市场结构巨变 洗衣机行业规则改写

在多重不利因素下,白电(洗衣机空调冰箱)市场一片惨淡经营。据中怡康推总数据显示,2015年前三季度,洗衣机同比微增1.2%。中怡康品牌中心总经理左延鹤表示,目前没有支撑大盘转暖的有利因素出现,未来发展仍不容乐观。行业低迷造成内部竞争异常激烈,商业规则和主力用户已经变化。
郑州晚报记者 朱江华

增长乏力 洗衣机价格竞争加剧

数据显示预计,2015年洗衣机市场零售额将达到616亿元,同比增长6.1%。洗衣机市场内部剧烈震荡主要在价格、产品类型、内在技术、市场细分等方面有所体现。

据中怡康线下监测数据显示,前三季度,洗衣机市场均价同比提升4.6%,变频波轮均价提升4.8%,带动整体均价提升,定频波轮、定频滚筒、变频滚筒等产品市场均价均呈下滑趋势;滚筒洗衣机市场份额持续提升,零售额份额由2012年的46.6%提升至2015年1~9月的58.8%,提升了12.2个百分点,大容量+变频推动洗衣机市场高端化趋势发展;免清洗、自动投放、多样化等内在技术创新也为洗衣机市场发展注入新的活力;洗衣机市场的差异化竞争还体现在对细分市场的把控,儿童市场、女性市场、超薄、斜式、智能化、挂壁等都是目前洗衣机企业差异化运营的新亮点。

低位徘徊 洗衣机结构升级为王

据中怡康推总数据显示,前三季度,洗衣机零售终端实现零售量2310万台,同比增长1.2%,零售额442亿元,同比增长5.5%。品类结构升级,滚筒和变频市场比例扩大。中怡康线下月度监测数据显示,滚筒洗衣机零售额占比由2012年46.6%上升到2015年1~9月的58.8%;2015年1~9月变频洗衣机零售额占比55.4%,较去年同期提升9.3个百分点。

消费者对洗衣机的洗涤容量要求也在随着洗衣机的升级而提升,其中波轮产品以7KG为分水岭,与去年同期相比实现了10个百分点以上的增长。

内在技术创新,免清洗、自动投放等新技术、智能化发展在洗衣机市场引起很大关注。中怡康品牌中心总经理左延鹤表示,随着对洗衣机市场的精耕细作,会有更多的细化产品、差异化产品诞生,这将为洗衣机行业注入新的活力,成为品牌的新增长点。

集中度加剧 洗衣机企业半数出局

洗衣机市场品牌集中度进一步加剧,中小企业生存的空间被急剧压缩。据中怡康推总数据显示,排名前三品牌市场零售额相加总和占比达58.6%,同比增长2.4%;排名前五的总和占比达到73.2%,同比增长1.8%;排名前十的总和占比达94.4%,同比增长0.8%。但外资品牌市场零售额及规模都存在下降的趋势。

数据显示,由于高洗净比、节能和节水设计进入规范性轨道,目前二、三线以及小品牌50%基本上出局。中怡康品牌中心总经理左延鹤认为,新标准实施以来,企业产品朝智能化方向发展,并通过智能的判断方法进行产品结构调整。同时,龙头企业在技术上的创新也引领行业整体技术升级,使得相当一批规模小、以OEM为生的企业被淘汰,一个新的洗衣机产业格局基本形成。



扫一扫,有惊喜

品牌动态

海信打造 跨年电视购物狂欢节

元旦临近,全球三强电视品牌海信率先在2015年12月25日至2016年1月3日发力,集中推出ULED、激光影院电视、4K、曲面等多款畅销产品,打造出圣诞、元旦跨年购物狂欢档。

海信ULED电视不仅摘得IDG集团颁发的2015全球显示技术金奖,还获得法国第三方评测机构AVCESAR六星顶级至高评价。海信ULED旗舰产品XT910系列采用分区动态背光控制技术和HiView画境引擎,实现了超高动态对比度和高亮度表现,其动态对比度可达900万:1,峰值亮度可达900尼特,暗场细节表现方面比普通电视“黑”20倍,成为彩电市场上高端产品的旗帜。

激光影院电视是海信发布的代表未来电视发展趋势的高端产品。海信从2007年开始布局激光显示技术,目前已取得141项核心专利技术,核心的激光光学引擎100%自主研发设计。
朱江华