

家电行业 2012年度十大热点



2012年度接近尾声,回首2012年的家电行业,在冷冷清清的萧条中走过,不过,销售情况虽然凄惨,业界却热闹非凡。成本提升、市场下滑、产能过剩等诸多压力,诱发了行业企业对明年乃至后年的忧虑。回顾2012年,让我们来盘点一下能载入史册的十大热点。

热点 1: 日企家电集体巨损

今年2月初,日本电子业纷纷传出巨额亏损。夏普亏损47亿美元、索尼亏损56亿美元、松下亏损98亿美元,同时计划裁员1.7万人。
 点评:日本三大电子巨头总值近200亿美元的亏损创下有史以来亏损规模之最,也标志着多年来一直强势的日系家电——曾经的行业大佬已经风光不再。

热点 2: 苏泊尔炊具锰超标

2012年2月16日,央视《焦点访谈》栏目对苏泊尔部分不锈钢炊具

具产品进行了报道,指出苏泊尔81个规格炊具被认定不合格产品,钢锅锰含量高出国标近4倍,可致帕金森病。

点评:面对一次次的“质量门”,消费者真的伤不起。企业应该清醒地认识到,真正的产品质量才是企业长久、持续发展的经营之道。

热点 3: 电商烧钱赚吆喝

“6·18”、“8·18”、“双十一”,被业界冠予“2012最强的电商价格战”,包括京东商城、当当网、天猫、亚马逊、易迅、苏宁易购、国美网上商城等七大电商悉数加入。不仅近百亿的投入史无前例,更让价格战愈演愈烈,但结局落个烧钱亏本赚吆喝,谁也没有改变目前的电商格局。

点评:电商版图之争愈演愈烈,随着电子商务市场的竞争加剧,电商企业要想生存下去,就不能单纯依靠营造“噱头”只求一时热闹,想让消费者成为“回头客”,就还需要在供应链、物流和服务品质上一争高下。

热点 4: 智能云电视掀起新热潮

今年3月份以来,康佳、TCL、长虹、创维、海信等多家主流彩电厂商齐推内置安卓系统的智能云电视产品,该产品通过安装各种APK应

用程序,能够实现随时随地办公、玩游戏、上网及观看社区网站等,给众多家庭带来了非凡意义,实现了个性化、多屏的互动体验。

点评:智能云电视的异军崛起,不仅突破了日益严峻的电视产品同质化现象,同时也全面肯定了国内平板电视在国际彩电领域的地位和话语权。未来随着国内智能云电视的不断加速升级,将还会给消费者带来更多的全新家庭娱乐体验。

热点 5: 家电新政尘埃落定

5月16日,国务院常务会议确定了促进节能家电等产品消费的政策措施,决定安排财政补贴265亿元,启动推广符合节能标准的空调、平板电视、冰箱、洗衣机和热水器,推广期限暂定1年。

点评:全球金融危机仍在持续蔓延,导致全球经济二次探底,中国家电市场大受影响,内需明显萎缩。家电新政的推出,不仅推进空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器产品的升级,而且对刺激消费、提振市场信心也大有帮助。

热点 6: 海尔收购新西兰斐雪派克

10月18日,海尔集团宣布,出资7.61亿美元,购买新西兰家电制造商斐雪派克总计51.6%的股权,从而获得控制权。

点评:海尔全球化扩张提速的背后,是中国家电品牌的崛起和国际品牌逐渐衰落的双重机遇。去年,海尔收购三洋在东南亚及日本地区的白色家电业务也是同样的背景。而收购斐雪派克,同样有助于海尔在国内进一步扩大高端市场的占有率。

热点 7: 空调库存达1800万台

调查显示,2012年结束后,国内空调库存将达1800万台,比2011年1400万台上涨20%,处于历史第一高位。

点评:在高库存、低增长的背景下,2013年空调业利润率会降低,产业链上经销商的资金会绷紧,空调业产业升级的步伐也会有所放缓。因此,2013年是空调厂商转型升级的关键一年,但如何从规模化战略向利润导向型战略转移,并没有得出新盈利模式。

热点 8: 三星洗衣机不满意就退货

今年9月,三星洗衣机“不满意、就退货”的大规模试用促销活动在全国35个大中城市、1000多家门店全面启动,消费者购买三星泡泡净洗衣机,如果在30天内对产品品质有任何不满意的地方即可退货。

点评:三星洗衣机“30天不满意就退货”所产生的意义远不止是一次

成功的促销,它更是家电品牌对于体验营销的全新尝试,也是外资品牌在中国市场第一次尝试消费者全新服务模式。此举不仅体现了三星为顾客提供了真正的价值,并且为外资服务营销模式提供了新思路。

热点 9: 美的确认整体上市

12月17日,美的电器公告,美的集团整体上市涉及大家电、小家电、机电和物流四个板块的业务,总资产超过900亿元,涉及境内外约200家子公司,2013年3月31日前,将向深圳证券交易所申报相关文件并申请复牌。

点评:今年家电市场收缩,在行业低谷时期整体上市,整合成本最低。不过,如何稳住经销商队伍,是美的顺利完成整体上市的挑战之一。

热点 10: 苹果智能电视上市无望

两年前,有关苹果将推出电视设备的传闻从未停息,2012年初,苹果智能电视更是进入热销阶段,称下半年即将上市。

点评:但到目前为止,苹果电视只见雷声,不见雨声!随着海信、创维、TCL、长虹等厂商相继推出智能电视后,苹果智能电视已不可能像iPhone一样有能力继续吊消费者的胃口。

(家电)

改善油烟污染 市场占有率攀升

集成环保灶受追捧

集成环保灶是由中国企业首创的产品,基于改善厨房烹饪油烟污染方面的突出优势,将厨房中吸油烟机、燃气灶及其他厨房电器集成在一起。从产品的性能特点来看,它非常符合消费者追求健康及家装一体化的需求,是具有广阔市场前景的一个产品。

以传统的燃气灶产品为例,近几年燃气灶在选材及工艺上有很大的变化,但产品的特色单从外观上很难区分。如2005年以前,市场上的燃气灶多以圆形锅架为主,2005年某品牌推出方形锅架的燃气灶以后,众多品牌都开始向方形锅架靠拢,方锅架成为趋势,目前方形

锅架已经成为主流。
 据了解,前几年很多品牌的火盖都是用抛光处理,抛光处理以后很亮,摆在商场中很好看,但消费者买回家使用以后,由于高温烘烤很容易变色,美观度大大下降。现在各品牌火盖的上表面基本都采用了黑色涂层处理,倾向于欧洲产品的设计,减少消费者使用后的色差,而且与锅架搭配更为美观。同样,以前锅架有很多品牌也采用亮光处理,现在改为采用亚光磨砂类铸铁效果的锅架,一是亚光处理的锅架看着更高档,二是亚光处理以后接近铸铁的效果,看起来比较厚重,种种变化都逐步被行业普遍采用并成为共性。

但在燃气灶的核心技术即燃烧技术上,各品牌都已经形成了很鲜明的技术特点。各品牌企业都形成了自己的技术主线,推出了具有本企业特色的燃烧器。

可以说在传统灶具产品的市场发展进程中,主流品牌在燃烧技术上的创新,为推动行业成熟做出很大的贡献。集成灶作为一个集成化的产品,具有很强大的竞争力。

(人民)



家电,就用节能的

对于2012年后的家电行业,贯穿全行业的宗旨不仅仅只有质量和口碑,更要倡导绿色、节能、低碳、环保的设计理念与家电企业产品的质量共存。现代国产家电企业承担了越来越多的社会责任感,衡量一个产品的品质,首先是制造出来的产品一定具有相当比例的可回收性,在保证质量的前提下,采用先进的节能技术,用最小的功耗输出获得最大的性能推进,就是所谓的低能耗高工作效率。能耗下来了,实际上就是减少了二氧化碳排放和温室效

应的减弱。目前,我国家电产品采用的能效比规范模式,极大地提升了企业的产品排放级别,用政府推进的节能惠民工程、现金补贴的方式促进国产家电行业低碳环保水平的稳步提升。而知名家电企业承担了更多的社会责任和环保义务,在产品的制造过程中进行碳足迹核算、评估,纵观全产品链的复杂网络,制定出适合自身的低碳转型之路。通过努力,家电企业节能技术的研究和产品开发都取得了巨大的成果。
 (深晚)

奥特朗热水器第五季恒温风暴

洗澡的烦恼
 我们洗澡时经常会碰到这样的情况:一开始要用几分钟的时间才能调到合适的温度,浪费大量的水和能源,还影响心情;用储水式还会越洗温度越低;还有热水器的出水温度会忽高忽低;如果热水器是隔室安装,就没有办法调节水温,当水温过高或过低时,也只能望“水”兴叹,这些都使我们洗浴时非常不方便,也不舒适。

奥特朗热水器带给您高品质淋浴生活
 热水可以更快:3秒钟出热水,不仅让我们少了预热的等待,热量还无限制,想洗多久就洗多久;热水器可以更小:机器只有笔记本大小,安装方便,时尚美观,完全不用担心空墙壁的承重;热水器可以更节能:洗一次澡不到半度电,比传统热水器省电50%。

奥特朗热水器工厂直补 年终钜惠
 奥特朗——首家获得行业中国驰名商标、《快热组合式电热水器》行业标准起草工

作组组长、《快热式电热水器》国标制定单位、连续11年行业内全国市场占有率第一。更专业,使用更放心,元旦期间钜惠中原。1.工厂直补风暴:即热式热水器DSF313原价2380元,直补价1399元;即热式恒温机DSF468原价3980元,直补价2880元。2.双模热水器普及风暴:奥特朗双模热水器即热+速热二合一,春夏秋即开即热,冬季预热只需8分钟,6倍增容,20L的热水器可以输出120L热水。HDSF402原价3680元,直补价3280元,另加送价值680元的奥特朗台下宝一台。3.老客户免费送礼品:凡2012年期间购买奥特朗热水器的用户,可在元月1日至3日免费领取精美礼品一份(数量有限,送完为止)。

销售地址:一峰生活广场二楼/苏宁电器/国美电器
咨询电话:15936999913