

空调市场“涨”声不断

今年空调预计涨一成左右

随着天气转暖,进入 3 月份之后,空调市场开始启动今年的旺季市场。与去年开局低迷的形势相比,今年空调旺季市场开局良好,并且销售形势看“涨”。一方面是销量上涨,整体市场预计比去年回升 8%左右;但另一方面,随着空调产品结构调整以及各种因素作用,空调旺季市场也传来“涨价”的消息。

销售看“涨”:市场扩容 8%左右

整体来看,2012 年国内空调市场比较低迷,内销下滑明显达 14.7%。但是进入 2013 年之后,整个家电市场销售形势不错。

对于空调市场的整体形势,苏宁联合中怡康、GFK(中国)等市场调查公司发布的《2013 年度中国空调行业白皮书》认为,节能补贴政策、电商渠道的拓展等多重利好因素影响将加快空调行业的调整,整体市场将加速回升。

尤其是正在实施的节能补贴政策,预计将带动空调市场容量 3%左右增长,而在整体上,预计空调市场容量整体规模或扩容 8%。

价格看“涨”:产品结构升级涨价 10%

目前家电行业正在从政策刺激的消费增长模式中逐渐转型到消费升级的大趋势,结构性增长将成为市场增长的主导。

今年变频空调将实施新能效国标,节能标准将进一步提升,由此将带来新一股消费升级



潮。此外,空调压缩机等成本以及人力、原材料成本等因素也将有小幅上涨。

行业内部分析认为,考虑到基础成本、产品结构、政策因素、上游生产商战略等因素的影响,2013 年空调产品价格将稳中有升,消费结构的升级带来的成本压力则是空调均价上

涨的主要因素,价格可能会上涨 10%左右。

产品换代:节能仍然是主流

“节能”仍然是整个空调市场的关键词。正在实施的“节能补贴”政策,已经实现了空调市

场的结构升级,空调产品升级换代稳步推进。例如,美的推出了“一晚一度电”的 ECO 节能空调,格力、海信等其它品牌也相继推出低能耗待机的节能型号。目前,美的正在全国招募 500 名“一晚 1 度电”用户见证大使,在用户监督下实地测试节能效果。

可见,消费者对变频产品的认可大大提高,节能环保成为产品关键衡量指标。据卖场统计,2012 年节能产品占比已达 60%。随着补贴的持续推进,规模生产优势带来的成本降低,将促使高效空调占比提升 10%左右,预计 2013 年节能空调产品占比将达 80%。

而值得注意的是,由于变频空调新能效比国标的实施,部分低能效比空调将会出现“降价清货”的趋势。

功能升级:空气净化功能受重视

随着去冬今春各地 PM2.5 值的超标,空气净化功能逐步为消费者所关注。空气净化、气流循环等功能成了顾客选购空调时的附加需求,海尔除甲醛空调、格力可除微尘空调等产品更受消费者关注,其它如快速冷暖、智能感知、聪明风等功能也受到消费者重视。

此外,各种新技术和新冷媒的应用也不断推陈出新,冷触媒、全直流变频、无氟变频、云空调、智能化等新技术均应用在变频及节能产品中。

(羊晚)

博客

网购成瘾 “这事不赖我”

在网络购物蓬勃兴起之下,“网购成瘾”已经渐成风气。近日,就有媒体联合中国雅虎等网络进行了调查,1937 人参与的调查显示,71.4%的人认为身边不少人存在“网购强迫症”,而且其中 36.3%的人表示这种现象较多,甚至有 23.5%的受访者坦言,自己就有“网购强迫症”。

都说如今的年轻人总喜欢给自己找理由,用一句流行的春晚台词说,那就是“这事不赖我”。

谁让现在电商促销一个接一个呢?从去年开始,电商打折促销一浪高过一浪,及至去年“8·15”公开约战,将电商推向了高峰。11 月 11 日这个本来不是节日的日子,在电商炒作之下,人为形成了一个“网购节”。

谁让网购看不到钱而不容易心疼呢?很多刷卡消费的人都有这种感觉,刷卡消费比现金购物花得更多。46.8%的人表示网购使用非现金支付,不容易节制消费。

谁让网购那么有意思呢?该项调查表明,73.0%的人表示是网购价格便宜,还经常有促销、打折等活动;68.8%的人认为,网购便捷省力,容易吸引人在短时间内大量购买;58.9%的人表示是网购品种丰富,更有不少稀缺新奇的货物;26.8%的人指出是网上营销广告泛滥,导致人们在浏览网页时常常不自觉点入。

根据中国互联网络信息中心的数据,截至 2012 年 12 月,我国使用网上支付的用户规模达到 2.21 亿,使用率提升至 39.1%,与 2011 年相比,用户增长了 5389 万,增长率为 32.3%;艾瑞咨询的数据也显示,2012 年国内互联网支付业务交易规模 36589 亿元,同比增长 66%。可以说,人人都在网购,说不网购就有点“OUT”了,尤其是年轻人。

淘宝网在今年年初发布了 2012 年网购账单。面对惊人的网络消费,很多人直后悔自己在网上买得太多,感慨“真该把自己的手砍掉”,由此诞生了有意思的网购“砍手党”。

很多网购其实就是心理在作怪,甚至有些人觉得上网实在无聊,不买点什么感觉没什么意思,形成了“网络强迫症”——好吧,既然“这事不赖我”,真的沦落到要“砍手”的时候,该赖谁呢?

(黄启兵)

新增 FTTH 覆盖家庭将超 3500 万户 工信部提出“2013 年宽带中国”目标

上周,工业和信息化部(以下简称“工信部”)在“宽带中国 2013”专项会议上透露,2012 年我国光纤入户(FTTH)覆盖家庭已达到 9400 万,全国单位带宽平均资费水平同步下降超过三成。同时,工信部提出 2013 年新增 FTTH 覆盖户数超 3500 万的目标。

此次会议上,工信部部长苗圩提出 2013 年的宽带发展目标:新增固定宽带接入互联网用户超过 2500 万户,新增 FTTH 覆盖家庭超过 3500 万户,WLAN 接入点增加 130 万,3G 用户也将增加 1 亿户。

记者从工信部公布的 2012 年统计数据中了解到,2012 年全国 FTTH 覆盖家庭实现新增户数 4900 万,固定宽带互联网接入用户增加了 2510 万,累计达 1.75 亿。这凸显了国内宽带覆盖能力的明显增强。

值得一提的是,截至 2012 年,已有 63%以上的用户使用 4M 及以上宽带,而 2013 年这一比例将达到 70%。在资费方

面,全国单位带宽平均资费水平同步下降超过 30%。

针对资费下降问题,通信业界有关专家指出,虽然用户每月的花费并未出现太大变化,宽带资费的绝对数字也并未太大下降,但宽带用户在同样的花费基础上享受的网速有了提高。这样宽带的性价比得到了有效提升,单位带宽的平均资费水平从而也被降低了。

事实上,宽带覆盖率的提高主要得益于去年的宽带提速。自 2012 年 2 月起,中国电信和中国联通开始对宽带进行提速。其中,北京联通开展“免费提速,光进万家”活动,用户在原有资费基础上享受更高一档速率的宽带服务。到 12 月时,工信部出台了光纤入户的两项强制性国家标准,规定自今年 4 月 1 日起,新建小区必须光纤入户,同时具备接入多家运营商的能力。新国标的出台将光纤入户提升到了国家战略层面。

(忠芳)



手机与平板的跨界

是大尺寸手机?还是小尺寸平板电脑?如今的智能产品正掀起一股跨界风。

当三星推出 Galaxy Note 系列产品时,还曾遭到质疑,但现在看来已成为此市场的先驱。在刚刚结束的西班牙通信展上,多家厂商均推出了跨界智能产品。

随着手机日渐走向大型化的趋势,而平板电脑为了便于携带则逐渐推行小尺寸,导致手机与平板的界线正在缩小。过去智能型手机落在 3.5~4 英寸左右,平板电脑的主流尺寸则约为 10 英寸,但这种情况已成为过去式。

就连此前一直坚持 3.5 英寸体验最佳的苹果也加入到了扩屏的队伍中,推出搭载 4 英寸屏幕的 iPhone 5 手机。但这与当时安卓阵营里动辄 4.5 英寸以上的屏幕对比起来完全是“小巫见大巫”。现在,5 英寸、6 英寸的智能手机已经开始横行。

调研机构 Strategy Analytics 更是大胆预言:2013 年将是 Phablet(平板手机)元年。平板计算机的崛起浪潮,已加速 3C 产品如手机、PC、电子书等厂商的跨界竞争。也许有一天,手机、相机、平板电脑、笔记本电脑、智能家电都将打破平台相隔,融为一体。

搜狐微博观点

网民 Andoville <http://andoville.t.sohu.com>:平板手机(Phablet)由 Phone(电话)加上 Tablet(平板电脑)两个英文词语组成,是一种大小在大型智能手机和小型平板电脑之间的跨界移动电子设备。

(吴辰光)

