

# 后政策期空调市场有增长

## 炎热天气助力

节能补贴政策结束后,彩电销量出现了小幅下滑,但根据市场调查,其他家电品类并未全与彩电一样出现下滑情况,其中,受季节影响,空调销量增长稳定,即使是政策结束后的六月也未出现下滑现象。

上半年同比增长超三成

今年5月31日,节能补贴政策结束,六月的家电销量让人担忧,各家企业拼力推广电视的时候,电视销量出现下滑状态,不禁让人觉得政策依赖症可能重现了。但赶上大热天儿的空调并没有让人失望,中怡康数据显示,整个上半年,空调市场都在稳步增长中:零售市场

销售约为803亿元,同比增长32.6%,远远高于19.6%的全行业同比增幅。

而就变频和定频而言,经过上半年的博弈,变频空调已经占据了53.6%的零售量份额,同比增长18.3%。其中,二级变频空调上半年同比增长率最高,达到429.1%。从变频空调产品市场前景来看,中怡康预计,2013年变频空调零售额约810亿元,占全国比重将超过63%,2016年将有望达到80%~85%。

此外,中怡康监测数据也显示,上半年除2701元~3000元价格段的空调量额出现小幅下降之外,其他价格段产品均实现不同程

度的增长,其中以3501元~4000元和4001元~5000元两个价格段上涨幅度最大,零售量累计同比增长48.2%和47.6%,零售额累计同比增长48.1%和47.4%。

“新冷年”引爆下半年销售

进入七、八月后,由于天气炎热,加之能效等级标准即将实施、各空调厂商进入“新冷年”,空调销售格外火爆。据了解,为了尽快处理低能效空调产品,各渠道商都在竞相促销。通过对比各电商网站的价格,记者发现,空调降价幅度明显,有的产品型号降价幅度高达30%左右。

这段时间天气热,有网友笑称“我和烤肉之间只差一抹孜然”,大家都不愿意离开空调房。于是,这种炎热的天气带动了南方的空调销量,部分门店还出现了“空调荒”。经调查,北京市场还并未出现缺货状况,但各大卖场也在着力组织空调内购会,希望以低价促销拉动内需。

对于家电厂商而言,在新产品陆续出炉之后,推广、促销已经被提上日程,“这个阶段比较忙,花费很多精力”,但业内人士指出,进入2014“新冷年”后,空调销量增速可能会放缓,厂商对未来的市场状况要做好心理准备。

(陈瑞培)

## 海信深度拓展智能电视产业 业绩稳步增长

8月15日,海信电器(600060)公布了亮丽的半年报,2013年上半年,海信电器营业收入136.03亿元,同比增长35.15%;净利润8.11亿元,同比增长40.94%,经营业绩同步快速增长。海信凭借在智能电视领域的技术创新和产品升级,引领了智能电视的消费潮流,推动了中国智能电视的快速普及。

根据中怡康统计数据,今年上半年,海信平板电视的零售量、零售额的市场占有率分别达到15.53%、15.52%,继续领跑市场。

今年以来,海信在智能产业深度拓展方面卓有成效,海信智能电视产品定位准确、技术领先、用户体验良好;硬件软件开发能力较强,在智能系统、软件应用开发都取得了较大突破,树立起中国智能电视行业新标杆。同时,海信还很好地把握了节能补贴政策的 market 机遇,积极调整产品结构,以VIDAA TV、VISION电视等高端电视占据了市场主动权。

海信今年4月推出的VIDAA TV首创了瀑布式换台、无遮挡菜单、多任务处理、电视节目进程展示等人性化设计,直播电视、视频点播、媒体中心、智能应用四大功能一键直达。海信VIDAA TV的上市,将用户对产品的学习使用过程简单化,让电视成为一个真正的生活娱乐工具。

7月23日,海信宣布实施“30天包退包换”的全新企业“三包”标准,这比“7天包退、15天包换”的国标相比,包换时间延长了一倍。海信通过这种自我加压,让利于顾客,提高顾客的黏性,从而达到“创造顾客”的目的,这也是海信对自身产品质量自信的表现。

海信正通过人才结构调整,研发、生产的布局,服务水平的提升,快速摆脱过去以“硬件”为主的传统电视形象。海信注定要做传统电视企业的颠覆者,一场智能化革命正在从内而外的展开,而主导这一切的根本就是来自用户需求。

(海信)

## 微信短短三个月“卡壳”五次

### 引来网友深夜吐槽

8月19日23时左右,有大批网友发现无法登录微信,随后腾讯微信团队通过新浪微博发布信息称网络设备出现故障,并在20日凌晨两点宣布应用恢复正常。这距微信上次长达7个小时的“宕机”仅不到一个月时间,在3个月时间内,微信已出现大大小小5次故障。

“连接错误,请检查您的网络设置”,微信用户杨帆在8月19日22时50分左右发现怎么也无法正常登录微信,反复尝试登录后一直出现这样的提示。同时,杨帆到微博上发现不少好友也都在吐槽,并怀疑是自己手机或是运营商出了问题。

在23点53分,微信团队终于通过新浪微博发布公告称,由于机房的网络设备出现

故障,导致用户无法登录。两个小时后,微信宣布,经团队全力抢修可以正常登录和使用微信功能了。

事实上,近3个月内微信已出现了大小5次因为故障引起的登录问题,6月20日、6月22日、6月24日接连出现部分用户无法登录公众平台等问题,7月22日,微信光缆被挖断出现了长达7个小时的瘫痪。

对此,IT分析人士王易见表示,随着用户量越来越大,一些问题也逐渐暴露出来,这就要求微信一方面加强应对危机的反应速度,另一方面应加强微信硬件的保障力度,减少给用户带来的损失,毕竟快跑之后也应该喘口气。

(孙雨)

# 广告