

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市场机遇，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消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