



2008年围绕中国家电业的关键词,莫过于“价格”和“环保”,在去年,家电消费出现升级的状况下,如何利用价格杠杆再次撬动奥运家电商机;在“环保”概念的推动下,如何让“绿色奥运”的消费观念深入人心,留给家电大佬们是美好前景下的未知数。记者目前了解到,在春节前的南京家电市场已经可以发现,产品更新拉动消费再升级成为春节前后家电促销的主旋律,有关人士表示,今年推动家电市场的就是家庭产品的更新换代,不过由于受到价格上涨因素的直接影响,家电品质将会是市场竞争的焦点,今年是“奥运年”,也是“品牌洗牌年”。

“价格”携手“环保”

2008年家电消费两大关键词

08关键词“价格”抢眼

多位业内人士和分析师普遍认为,价格方面,今年白电不会升太多,黑电不会降太多,波动区间较2007年明显减小;而伴随着国家“家电下乡”等政策的鼓励,三四级市场的启动增长速度或会超出预期。

由于世界经济面临美国次贷危机引发的经济增长放缓的趋势,人民币不断升值也将出口成本不断提高,这些都给家电产品的出口增长带来较大的不确定性,但国内市场旺盛的需求仍能让家电厂商宽心不少。业内证券分析师认为,国内消费的支撑可以抵消出口增速下降的影响,预计未来较长一段时期内家电行业的销售收入增长幅度在15%以上。

相关家电分析师认为,今年家电市场内需扩张唱主角,同时由于原材料价格仍处上升通道,终端的白色家电产品价格仍会上涨,但上升幅度不会太大,黑色家电方面,则由于面板供应趋紧,今年价格再度出现大幅下滑的可能性也不大,总体来说,价格波动区间较2007年明显减小,价格变化幅度应在5%~10%之间。

政策、资本面拉动家电内需

今年三四级市场的增长将会非常明显,由于一二级市场已较为饱和,家电厂商今年向下渗透的动作将明显加大。三四级市场的表现会超出市场预期,以平板电视为例,有人乐观估计今年在三四级市场的销量有望突破500万台,占据平板电视销量的1/3强。在政策方面,与三四级市场迅速增长相对应的是国家“家电下乡”的政策有望在年中全面铺开。

伴随着渠道的整合,家电厂商在不断进行融合,白电已形成明显的几个寡头占据主导的局面。国内家电连锁的渠道模式已从过去的快速发展甚至有些混

乱的状态过渡到稳定发展的阶段,包括美的、志高和海尔等厂家在内的企业在自建渠道上有不少的动作,也显示出了他们在与大连锁店的博弈中寻求更大的空间。家电产业的收购和兼并将在2008年仍会持续去年的状态,在长虹人主华意压缩后,在美的与小天鹅的“绯闻”没扯清之前,在彩电企业力向上游拓展之时,家电业的重组兼并依旧是“新话题”。

环保并快乐着

在今年春节前市场上记者发现,各大彩电企业推出的一系列新品大打奥运牌,“高清”、“大屏”、“动态”等成为2008年新产品最大的卖点,黑色外观、最新一代面板、使用FULL-HD显示屏等是其共同特性。同时,为了响应“绿色奥运”概念,迎合消费者对“环保、健康”功能的要求,各品牌纷纷推出了节能环保和健康不刺眼的“绿色”液晶电视。

有关人士认为,2008年家电流行趋势将是“绿色”、“环保”。彩电方面,迎合奥运潮流,高清将成为不二选择。全自动、智能洗衣机也将引导2008年洗衣机潮流。包括松下、海尔、海信、美的等在内的众多家电生产商都开始在市场上推出其环保概念的家电产品,如去除过敏原的洗衣机、高清晰等离子电视、具有智能洁净系统的空调、精洗概念洗衣机纷纷亮相。海尔推出了代表科技、环保、人文2008奥运理念的奥运风空调,健康技术再度升级。专利技术中,“自动清扫,持续刷新”,保持空调内部清洁,从内到外实现全面健康。

一直在健康消费中争议颇多的抽油烟机,今年发展趋势就是倡导健康消费。记者在卖场的方太、帅康、老板的专柜了解到,目前各家推出的新品吸油烟机率可以达到99%。

“老板”电器的有关负责人告诉记者,他们已经推出多项创

新技术产品,其中“主火中置”技术燃气灶就是“无害燃气灶”的典型代表。

“禁氟令”点燃环保热

去年起,我国全面禁止含氟较高的CFCs制冷剂的使用。从去年家电制冷产品的销售来看,在国家政策的强势拉动下,多年来在家电业不瘟不火的环保趋势将得到快速发展,已借助健康热、撬动空调、冰箱等产品的技术、功能升级,以及消费意识的转变,引发行业性的健康环保热潮。

早在多年前,海尔、美的、TCL等,率先在国内推出使用新型环保制冷剂的产品,并形成了环保产品群,作为市场竞争亮点。目前来看,我国90%以上的制冷企业在环保制冷剂的替代过程中,都不存在技术和政策上的难题。由于国内企业掌握了大批量生产环保制冷剂的技术实力,新材料替代也不会对企业的生产成本造成太大的影响。可以说,禁氟令不仅没有对制冷市场的发展造成阻碍,反而催生了环保新商机。眼下,冰箱领域的环保产品已经全面推出,而空调领域的部分企业的环保产品也将于今年在国内市场推出,这些都

说明制冷行业的环保市场正悄然启动,一触即发。

太阳能产品奥运年抢眼

2008年北京奥运会上,给运动员们烧洗澡水的将是太阳。届时,太阳能将成为奥运会上的主要能源。

记者了解到,目前奥运场馆外墙将贴上太阳能电池,场馆周围80%至90%的路灯将利用太阳能技术供电;而奥运会90%的洗浴热水来自太阳能集热技术。加上“绿色奥运”概念的提出,也给国内的太阳能厂家提供更好的发展空间。

2007年,许多太阳能热水器企业都在加大宣传力度,从单一的宣传转变到了形象代言人,走“名企、名人、名牌”有效捆绑的路线。有关人士表示,今年各家为了抢占终端,太阳能热水器将在终端竞争非常激烈,在获得销量的同时提升形象。一直困扰太阳能的服务问题,今年也会得到很大的改观,去年由皇明牵头成立的“太阳能热水器援助中心”使得服务意识更进一步,服务品牌化在2007年也体现得比较明显,今年许多企业都在打造服务品牌,朝服务标准化和规范化方向发展。快报记者 杨坤

飞利浦新安怡

给宝宝完美的人生起步

飞利浦新安怡作为多次荣获英国女王奖等表彰,更获得安吉丽娜·朱莉、贝克汉姆夫妇等世界级明星青睐的品牌,一直致力于呵护宝宝健康成长,其专业性与高品质的产品广受育儿界的关注和推崇,并成为了全世界母婴产品中最值得信赖的品牌。

如今该品牌已拥有全面完善的产品体系,旗下明星产品包括快速舒适、安静无

噪音的ISIS吸乳器,能有效解决妈妈们在返回工作岗位后不能继续母乳喂养的难题;能在有效时间内聚集强热蒸汽杀死细菌的蒸汽消毒锅,并能持续保持3小时无菌状态;能快速均匀地加热食品且安全可靠的奶瓶食品加热器;富含温和天然成分的护肤系列产品,既能呵护宝宝的幼嫩肌肤又滋润了孕妇和新妈妈。



2007我们并肩走过
2008共创更多精彩

现代快报
Modern Express

注:品牌排列不分先后