

国美百亿节能大单 淘汰高能耗空调

3月3日,“电器新生活提案2010国美空调趋势发布会”在广州召开,会上,由国美电器、永乐生活家电、大中电器等多家家电渠道及中国电子商会、中国家电市场联合调研课题组共同发布了《2010年空调市场消费趋势报告》。报告预计空调销售突破180亿元,较2009年提升65.5%。在国家节能政策的推动下,高效节能空调将成为市场主流,变频空调也将进入普及年。据悉,在国美、永乐、大中电器联合向空调厂家签订2010年首批109亿元采购大单中,高效节能空调和变频空调已经成为了主体。

高效节能空调 成市场主流

调查数据显示,当前,节能已成为消费者购买空调时最关注因素,关注比重达86%。由于高效节能空调享有国家的补贴政策,低能

效空调正逐步被挤出市场,国美系统内变频高效空调份额由16.1%增长到29.5%,高效产品将成为市场的主流。目前,第三批“节能产品惠民工程”高效节能空调推广目录已经公布,一级能效产品成为主流产品。报告分析,受益于政府“节能产品惠民工程”的实施,高效节能空调的市场均价由3000-4000元下降到2000元左右,与4、5级能效产品价格基本持平。此外,国美、永乐、大中等核心渠道商持续推动高效节能空调降价,加快了高效节能空调的普及化速度。相关数据显示,截至2009年12月31日,全国销售一二级高效节能空调420万台,是2008年全年销售量的3倍,其市场份额从推广前的5%上升到50%以上。

“去年在政府家电‘以旧换新’政策的推动下,一二线城市家电购买者更新换代的比例约为

40%,还有60%的市场空间。在高效补贴和家电以旧换新双重政策的推动下,空调产品向高效节能更新换代的规模庞大,预计2010年国内空调产品需求量接近3000万台。”国美集团副总裁李俊涛称。据悉,国美已经取消了3级及以下的高能耗空调产品,打造一级空调节能型卖场。

降幅20% 变频空调进入平价时代

近5年来,空调平均单价明显呈上升趋势,上涨幅度累计达到13%。但2009年空调价格有所回调,呈现缓慢下降趋势。《报告》称,2010年,空调降价将持续下探,价格有望普降10%,除定速高效节能空调,变频空调也首次进入了家电下乡补贴的政策范畴,上海等地方城市也在考虑推行地方版的变频空调补贴政策,同时10%的以旧

换新补贴政策持续推行,在各种利好政策的推动下,高效、变频空调的销售价格下降幅度更大,有望达到20%。变频空调有望在2010年进入“平价时代”。

签约四大空调品牌 共同服务世博

1月21日,国美与上海世博会签约成为2010上海世博会特许经营零售商,为保障特许经营产品的高品质,国美整合了全球范围内最优秀的生产商,其主要的品牌均具备低碳、高品质、节能环保等特点。国美电器按照世博组织产品选型标准,与空调供应商签订相关协议,海尔、美的、志高、TCL近30款型号,成为首批世博指定家用空调产品。记者还了解到,格力、奥克斯、海信科龙等知名品牌等部分机型也正在申报流程中。

快报记者 杨成



正宗长虹人： 买家电只看需求不看潮流

[记者印象]

长虹来自四川,贺总来自四川的绵阳,对长虹更有着特殊的情感,一个多小时的采访中,贺总的言语间透着利落和清晰。

[家电生活]

独自在宁,生活“电”力有些不足

在采访中,贺总不止一次地表示,一个人独自在南京,工作的繁忙让自己很少有时间和精力去细细感受家电带来的品质生活,显得有些“电”力不足,不过说到自己在绵阳的家,贺总笑着告诉记者,从电视、冰箱“大家电”到豆浆机、面包机“小家电”,自己始终坚持“国货当家”,这些家电给老百姓带来的不仅仅是便捷,

越来越多的品质。

[家电主张]

务实主义,选购家电绝不跟风

说到买家电,贺总是家电圈中人,对行业的情况比较了解,尤其是彩电行业,面对林林总总五花八门的家电新品,贺总特别镇定,他信心十足地告诉记者,买家电他一般不会受那些卖点招式干扰,完全按需购买,不会跟风。

针对目前的家电消费,贺总很有自己的想法,他坦言,在实际的家电消费过程中,“面子消费”还是很有市场,拿电视来说,摆放在客厅的电视很多消费者会选择有卖相、有新意但性价比欠缺的产品,用来撑面

子,而“面子”背后的书房、卧室的电视选购才真正考虑到性价比,贺总表示,尽管这种消费理念也有道理,但其实购买家电产品关键还是要看自己对这些家电的真正需求到底在哪里,而不是现在流行什么我就该买什么,这就好像穿衣时尚,流行的不一定适合自己。

[贺总支招]

作为一名正宗的长虹人,贺总对彩电的选购自然有自己的一套。

贺总表示,随着产品线的不断丰富,价格已不再是购买彩电的主要因素,但面对众多的“功能攻势”,消费者一定要有定力,在购买之前要对产品有所了解,不要一味地依靠“推荐”,



本期嘉宾：
四川长虹南京分公司
总经理 贺兵
快报记者 赵杰/摄

还要对自己的实际需求做个定位,其次对品牌的考察也是必须的,这包括品牌的技术情况、产品情况,更重要的还包括品牌的服务情况,毕竟售后服务对家电消费来说是至关重要的环节。

快报记者 王多

空调涨价,也应物有所值!

春意萌动的3月,毫不倦怠的空调行业又“习惯性”地带来了家电市场的第一股暖风。比去年美的打响“第一枪”还早了两天,2009年在空调大战中得到长足进步、年底又积极在变频阵营中谋求出位的奥克斯空调从2月26日到3月15日开展送液晶、手机和十年包修的万人抢购活动,拉开今年空调行业促销的大幕。

刚刚开打 已闻“涨声”

同样是在料峭的春寒中唤起人们的空调消费意识,经过一年的发展,空调厂商对市场的底气不可同日而语。目前,看似平静的空调市场已经在积蓄新的能量。主打低碳绿色家电产品的海尔空调,从元旦后开始就联合销售渠道为3·15促销和三四月份装修旺季做准备,目前已经准备了充足的货源,海尔相关人士透露,目标销量力争向劳动节和国庆当天靠拢。空调大佬格力推出的则是寻找15年用户活动,可见其对金子招牌的重视。而美的空调也联合冰洗产品推出了10

年包修服务升级活动,3月期间购买美的空调、冰箱、洗衣机的家庭用户,享受10年包修服务。不难看出,随着消费者意识改变,从2009年的几次行业大战开始,各空调厂商已经越来越淡化价格战的概念,转而突出品质和服务。今年空调大战刚刚拉开帷幕,业内已经“涨声”一片。根据苏宁电器发布的《2010中国空调行业白皮书》判断,今年受楼市回暖和原材料上涨等价格因素影响,空调价格全年涨幅可达10%。

消费者希望物有所值

“说实话,去年一年空调品质升级外行人也能看出来。家中两个房间安装的一新一旧两台空调,差别还是很明显的。”也许习惯了空调厂商在初春的促销,近日在市区几家家电卖场,已经有不少消费者前来“探班”。对于空调价格今年将涨价的业内声音,大部分消费者觉得可以接受,但希望价格上涨后的产品物有所值。可见,经过去年

厂商宣传和政策助推,顾客“品质消费”取代“价格消费”的观念转变比较明显。“我们不希望涨价就是一夜之间所有卖场的价格牌都翻上去了,而是商家推出的大批高端新品让广大消费者觉得物有所值,主动去接受。”一位年轻消费者的看法比较有代表性。

定速空调能效门槛可能提高

2009年,在国家节能惠民和家电下乡两大政策助推下,高效节能空调发展迅速,预计今年将达到市场份额的85%,于是另一个消息也在业内快速传播,新修订的空调能效标准将在今年实施,新标准直接将定速空调的门槛定为现有的2级。当然,届时“刚入门”的2级定速空调也将不再享受节能补贴。虽然消息还未最终得到证实,但空调厂商对能效标准上调以及补贴范围缩水一定有所准备。毕竟,当高效定速的市场份额达到50%以上之后,补贴取消也就是早晚的事。不过在价格上涨和二级能效补贴可

能取消的影响下,厂商推出的新品怎样让消费者继续觉得物有所值,设计人员要好好动动脑子。

变频空调迎来迅猛发展

有业内人士分析,在能效升级带动高效变频成本增长,变频空调正在受到越来越多的企业青睐和追捧,以及变频空调的下乡政策信号共同作用下,将会进一步刺激更多的企业参与变频市场蛋糕的抢夺,以这种势头,今年变频空调市场份额有望提升至40%左右,出货量有望突破1000万台大关。不过也有不少消费者表示,变频空调近几年发展迅猛,确实也带来了不一样的生活品质,但各大空调品牌推出的诸如“交流变频”“直流变频”“180度正弦波”等专业术语不免令人眼花缭乱,也不太能够满足顾客日趋理性的消费观和知情的要求。希望空调厂商在推出高品质变频产品的同时,也尽量以通俗直观的方式宣传,让消费者买得明明白白。

快报记者 杨成



韩国LG召回事件 引起消费者重视

业内人士呼吁不必过分担忧

上月底,在韩国发生了一起7岁儿童在家长不注意的情况下进入滚筒洗衣机中,之后从内部把洗衣机的门关闭,却无法打开洗衣机门而死亡的事件。LG随后宣布将主动召回在韩国市场销售的100万台对儿童有安全隐患的滚筒洗衣机,以更换具有潜在危险的安全门锁。近日,LG又公布了中国市场的召回方案,将召回中国市场销售的672台,涉及四个型号与事故机“类似的型号或者存在同样问题”产品,召回方式是LG对相关机主免费上门指导和门锁检测、更换服务。据悉这四个型号洗衣机,容量都是12公斤,售价均在万元以上。从2005年开始在国内进行广告宣传,但上市销售仅限于北京、上海等一线城市。

记者近日在市内几家大型家电卖场发现,韩国发生的事故已经引起了消费者的重视,几位年轻的消费者在选购产品时,都询问了从内部开门相关问题。“韩国出事的是十公斤以上的型号,国内家庭很少会用到,而目前国内家庭选购的主力机型是六到八公斤的容量,这样小的空间孩子再顽皮也钻不进去。”某品牌的促销人员耐心地打消消费者的顾虑。

不过在走访中,记者在各卖场在售的家用滚筒洗衣机中还没有发现从内部打开门锁的设计,不过这些机型狭小的滚筒空间应该不足以让一个孩子钻进后再将舱门关上。记者又尝试了一下从内侧关门的动作,发现内凸式设计让手在门即将关紧时受到阻碍,根本没有操作的空间。

西门子电器一位相关人士告诉记者,消费者因为这起意外事件增强安全意识值得肯定,但也无需过分担忧,更多的是加强孩子的安全教育。“虽然此事件对国内滚筒洗衣机影响不算大,厂家也应该由此重视这个细节,开发类似儿童门锁的装置,防患于未然。”据悉,博士滚筒洗衣机10公斤以上的型号就设计了内部打开舱盖的装置。

»小贴士

羽绒衣物洗涤留意说明书

近日,通州一居民在将羽绒服洗涤甩干时发生爆炸,洗衣机侧盖被炸裂。工商人员调查后发现是羽绒服在甩干时会产生大量气体不能排出,在超过极限时出现了类似的“爆炸”现象,工商部门提醒,大多数洗衣机都规定不能洗涤羽绒服。市民在清洗羽绒服时,要特别留意说明书。

快报记者 杨成

»本版互动

又是一年3·15,今年的主题是“消费与服务”,如果说产品技术是品牌的硬件,那么高素质的服务团队则是品牌的重要软件了,随着品牌竞争的不断升级,作为软件的服务已逐渐成为争夺市场的关键筹码。

互动一:

如果够专业、够敬业,品牌家电服务团队需要您!
快报家电维修手各大家电品牌征集优秀服务人才。
品牌的服务团队究竟需要什么样的人才?对产品有专业级的通晓、对消费者有责任心的敬业的精神是优秀服务人才的两大关键。

在3·15来临之际,快报家电维修手各大家电品牌全面征集专业敬业的优秀服务人才,您将有成为品牌家电维修团队中的一员!

参与方式:拨打快报热线96060

互动二:

品牌服务大PK 服务优劣大家谈

您的家中有多少个品牌的家电?他们的送货、安装以及维修服务做得如何?谁的服务值得称赞?谁的服务曾让你苦恼?快报热线96060聆听您的真实心声!
快报记者 王多