



2010年,家电商主打“节能环保”

哥本哈根气候大会虽然落幕了,但节能环保却进一步走进了我们的生活。现在就连精明的家电商也加入了“节能环保”大军。打着“节能”“健康”“绿色”等口号的各类新品堆满了家电卖场大大小小的专柜。业内预测,在2010年,家电新品中,“节能环保”将成为绝对主流。

□记者 何冬蕾



节能型家电产品受欢迎

●市场调查 国家政策推动“节能”新品增数倍

眼下,随便逛逛家电卖场,细心的市民就不难发现,凡是新品,不少都用“节能”“节水”“节电”等字样宣传自己,这似乎已经成为了家电界大趋势。如奥克斯宣传“省电又健康”,海尔卡萨帝热水器达到欧VI排放标准,就连美的、沁园等品牌的饮水机都打出上“节能”标识。

苏宁电器采购经理郑海涛做了粗略估算,2009年下半年,整个家电品类的新品中,平均节能类产品占到7成,而空调类家电节能产

品占9成以上。

“不能说节能新品比去年增长了百分之多少,这种增长是数倍计算的。”说起今年下半年,各大家电品牌纷纷推出“节能”新品,国美电器宁波分部市场部经理李伟直言,在国家相关政策的推动下,家电类“节能环保”新品增幅惊人。

“比如变频空调,四、五级能效已经全面退市了,一、二能效空调已经全面占领市场。”李伟说热水器和空调产品也将重复

这种趋势。因为同样在国家相关政策的推动下,冰箱、热水器已经在大力推广能效等级新品。“应该说,三级、四级、五级能效的冰箱和热水器也即将被市场淘汰。”郑海涛表示。

同样是液晶电视,去年是LCD的天下,而今年年末,海信、创维等知名品牌却纷纷转身叫卖起了“LED”,“LED的优势显而易见,耗电量只有普通液晶的30%-40%。”郑海涛说,明年的液晶电视,凭着节能的优势,LED将会占据更大的市场份额。

节能产品身价不低 政策补贴初见成效

只不过,虽然商家节能产品推得闹猛,但消费者却仍有些驻足观望。归根结底,价格差距是根本原因。

“我们也想省电,可是一个即热式热水器要2、3千元,但一个普通热水器最低只要几百元。这价差也太大了。”采访中,正忙着选购热水器的小徐说,过高的售价让不少消费者对“节能环保”望而却步。

业内人士表示,虽然就液晶电视来看,LED比LCD更省电,但眼下由于LED的定价是LCD的1.8-2.5倍以上,“这种价差抑制了市场购买力。如果明年能够下降到1.5倍左右,将会产生明显的替代效应。”郑海涛说。

“的确,节能产品与非节能产品的价格差距较大,但是国家推行

的节能补贴还是能够有效弥补这种价位差距的。”李伟说,去年一、二级能效的国产变频空调售价在3400元-3500元,但现在同样产品,售价已经降到了2400元-2500元。郑海涛也表示,在2010年元旦期间,一、二级能效空调的价位还将进一步下降,“活动期间至少还有20%-30%的降幅。”

●业内预测 2010年家电趋势 节能环保“唱主角”

其实,不管是商家还是消费者,都不得不面对这样一个趋势,2010年,家电市场上,以“节能环保”为卖点的新品将会成为绝对主流。“根据我们和厂家的沟通,基本上都走上了节能路线。”李伟说。

而消费者则期待着节能产品售价能进一步下降。来自国美电器的统计数据表明,以变频空调为例,降价前,一、二级能效空调约占空调整体销售的30%,降价后,这一比例提升到了近100%。

“节能更吸引消费者注意力。”郑海涛说,由于水费、电费的上调,现在节能产品更好卖了。就连洗衣机也推出了“节水”新品,约占整个新品上市量的30%。“这一比例预计将会在2010年提高更多。”

志高新年联欢“惠” 万千礼动中国



圣诞、元旦等节日接踵而至,对于空调购买者来说,无疑又迎来了绝好时机,来自各品牌厂商的年终优惠大战将一触即发。与往年不同,今年元旦市场争夺战在预演中拉开序幕。

据志高空营销人员透露,此次“三节”促销活动于12月19日提前登场,一直延续至2010年1月3日,在志高全国近3000家售点、2000家专卖店、5000家卖场掀起“志高新年联欢惠”的大型活动。

全国联动 新年盛“惠”

据悉,为抢滩“双节”市场,志高准备了丰厚大礼,另一方面通过节能空调特价、礼赠等方式,将真正的实惠带给广大消费者。

活动期间,购志高三超王柜机+任意挂机一台,送价值2000元名牌液晶电视或笔记本电脑等其它贵重礼品;购铂金版“朗月之光”,预交定金200元可抵500元用,并赠价值880元名牌“拉杆箱”。

志高特意选取了丰富多样的礼品与消费者共度佳节,志高空一级能效双温机型价格低至1680元,部分机型7折优惠,并赠精美礼物;购志高节能惠民机型赠送价值128元时尚新颖环保袋月历。同时,购机者可参加志高与

网易共同举办的“2010绿色节能家庭总动员”赢取精美礼物和空调大奖。

节能惠民 精品纷呈

临近岁末,志高空再次获喜讯,首批节能惠民国家补贴已经下发到位,志高成为空调行业获得国家首批政策补贴最多的企业,且这一数字还超过了补贴榜排名第二与第三位的总和。借助在“国家节能惠民”工程获高度肯定的契机,志高再度力推“一级能效,五级价格”优惠活动,并以新品上市推波助澜。

据笔者了解,新品为志高变频王者“三核智能变频三超王”与新品铂金版“朗月之光”。变频三超王系列不仅在外观全面升

级,在技术方面也进一步突破,刷新世界能效记录7.4;领先世界的空气净化技术,杀菌、除烟尘、净化空气;更具有领先世界的静音技术,20分贝超低静音;而新品铂金版“朗月之光”采用第五代内滑盖设计,面板采用“白玉”品质隐花玻璃;节能达一级能效,静音32分贝达行业顶尖水平,高品质却避免高价位,是一款“高端平民化”产品。

节能惠民启动至今,在公布的第一、二批补贴目录上,志高以中标总数、一级能效中标数,连续两次雄居行业各大空调品牌之首。国家信息中心更授予志高“国家节能惠民贡献奖”,以及志高新近还获得了国家出口免验企业称号,进一步见证了志高空在节能惠民及产品品质方面的卓越表现。 文/叶子

微波炉逆势上扬 美的领跑09年市场

虽然金融危机的余波未尽,但2009年的微波炉市场仍然保持了逆势上扬的姿态。而美的微波炉则在市场规模、技术优势和学术成就上都彰显出行业领导者风范,引领微波炉行业新发展。

国内外市场规模扩大

美的斥资15亿元,兴建了年产3200万台的全球最大微波炉生产基地。美的微波炉产品的全球销量已突破2100万台,国际市场销量突破1450万台,使美的跻身家电行业具有国际竞争优势的代表之一。

借“家电下乡”的顺风车,美的微波炉在中标数量与中标区域方面均排名第一,家电下乡产品销量连续四个月位居行业领先地位。

“蒸功能”成技术风向标

美的微波炉在2004年率先

先开发出微波炉“蒸功能”。而在09年推出的高端副品牌“蒸立方”更已成为深受消费者喜爱的明星产品。

“蒸立方”引进东芝技术,采用直喷高温蒸汽,蒸汽温度达到100℃-300℃,美的微波炉成为微波炉行业唯一获得“全国质量奖”的企业。

行业标准推动良性发展

美的微波炉联手中国商业联合会,共同起草并推出了《微波炉蒸功能要求》。使蒸功能微波炉的功能指标成为一个有据可依的规范性条约,对各生产企业也将起到引导作用,促使企业在产品质量上严格把关。

美的发挥应用领域的影响力,承办了《第十四届全国微波能应用学术会议》,此次大会也是制造企业首次承办,也标志着美的微波炉在微波能应用技术领域,已成为整个行业的领先者。 文/乐乐

09新秀,松下厨居电器崭露头角



随着我国厨电行业的逐渐成熟和外资品牌的大规模进入,厨电市场的竞争也日益激烈。而2009年刚上市的新秀——松下厨居电器,通过精准的定位和产品的差异化,成为厨电市场上的一匹黑马。

精准消费人群定位 打造年轻人专属的style

相比其他年龄层,80后群体具有引人注目的消费特点:具有小资情结,注重性能更注重视觉;感性消费高于理性消费;他们追赶时尚,同时也掌控着中国大中城市的消费态势。

瞄准80后这一小资群体,松下为他们量身打造了专属的style,推出了U-STYLE系列厨居电器。在设计上追求产品的高品质和格调,在宣传上松下厨居电器走感性路线。

差异化产品 厨居电器,形成市场区隔

当一个行业日趋成熟,各品牌的产品则容易同质化,产品的竞争力就会相对减弱。松下厨居电器在产品理念、品类推广、产品技术上实现差异化,从而形成市场区隔,在竞争激烈的厨电市场脱颖而出。

在理念上,松下则推陈出新,提出“厨居”理念,主张把厨房和家居生活密切结合在一起,改变了以往厨房的附属地位。在产品品类上,也突破了产品类别单一、设计风格缺乏整体感等局限,推出成套电器,冰箱、微波炉、电饭煲、面包机、咖啡机、电热水壶、搅拌机无所不有。

与此同时,每一款产品都独具的优加功能,凸显产品技术的差异化。比如说,电冰箱有自动制冰功能;榨汁机可控制果蔬汁的纤维量;电饭煲方便准妈妈和老人操作;搅拌机的双重安全锁构造,即便是儿童使用也不必担心。

文/叶子

斯帝博热水器 进入苏宁、国美家电连锁卖场

近几年,即热式电热水器凭借其即开即洗、体积小、节能环保等突出优势,迅速被消费者所认可和接受,市场产销两旺。

对于这样一个新兴的行业和产品,怎样的产品才是好产品,消费者选择产品的标准是什么?斯帝博热水器提醒消费者,选择即热式电热水器一定要谨慎!

首先,安全是选择电热水器最关键的因素。即热式电热水器必须要带电才能“洗浴”。起源于德国技术的斯帝博即热式电热水器,采用专利三向防电墙技术,产品基于完全漏电、地线完全失效设计的,对于热水器内部漏电、地线带电、接错线等所有

漏电隐患,进行全方位保护,保护热水器的使用者、家庭其他电器的使用者安全万无一失。

其次,加热器是热水器的心脏,加热技术直接决定热水器的寿命和用户安全。斯帝博采用德国最先进的镀金加热技术,加热器镀金含量高达80%,导热性极好,热效率高达99%。

第三,恒温是选择高品质即热式热水器的性能衡量指标。衡量一款机器是不是恒温型产品,是有据可依的。在即将实施的新国标中,对恒温热水器的性能指标进行了分级,经检测,斯帝博热水器的调节时间、稳态误差、超调量三向指标性能均达到A级最高标准。 文/叶子