

“盘点 2009 家电圈”系列报道之②

二月初,国内空调行业山雨欲来风满楼。全行业不在今年奋起,就很可能长久地消沉。深知 2009 年必有一场大战的空调品牌,甚至是在一种悲壮的气氛中备战。然而,空调业在 2009 年的出色业绩和长足发展,让不少业内观察家都颇感意外。家电下乡、节能惠民补贴、以旧换新,一个个利好政策和政策激发出的消费者购买热情,连珠炮似的和这个太需要激励的行业撞个满怀。当然,“久经沙场”的各空调品牌也迅速地完成了从欣喜到适应、再到游刃有余驾驭市场的过程。转眼到了该岁末盘点的时候,年初行业上空聚集的阴霾早已无影无踪,无论从行业前景还是老百姓的消费意识,均向着良性趋势发展。这就是中国空调业必将铭记的 2009 年!



空调品牌 一齐来“晒”自己的 2009

上周,本刊回顾了 2009 年决定空调业发展命运的“三大战役”。本期,我们有理由将目光转向以超然的魄力策动、参与一次次空调大战的品牌商。在市场中成长,在成长中感恩和回馈,这一年来这些如蜜蜂般勤劳的企业有太多的感动和感激,尽在不言中。

美的

有自信才敢于放第一枪

2009 年 2 月 28 日,当人们还没脱下厚重的冬衣,美的空调就打响了 09 空调第一战的第一枪,在点燃了消费者购买激情的同时,也为全行业一年的形势大概摸了个底,从这点看,美的此举对整个空调行业都做出了贡献。回忆起今年的“开山之作”,南京美的空调销售有限公司总经理何方龙说,这样的魄力源自对品牌的信心,既然今年必有恶战,迟打不如早打,如果像往年一样到五一前后展开攻势,必然牵制全年产品结构的调整。“要做行业领导者,就必须担负起相应的责任。”何方龙坦言,当全行业都在观望的时候,打“第一枪”的压力肯定很大,但美的品牌的自信,让他们敢于当这个“吃螃蟹的人”。

五月市场,借着国家节能惠民政策补贴的东风,购买热情被调动起来的消费者开始了对变频空调的热宠。这让早就雄心勃勃发展高效能和变频产品的美的更加如鱼得水,凭借雄厚的实力,美的迅速在具有传统优势的一二级能效空调方面丰富了自己的产品,并通过一年的努力在市场上取得占有率的领先。2010 年,信心百倍的美的将坚定地践行自己的变频战略,增加了包括 4 赫兹运行变频空调在内的四大系列机型,推出了各档次的全直流变频空调,为消费者提供更优质的产品与服务。

海尔

节能补贴的大赢家

“因为一直奉行订单生产的原则,海尔不像一些品牌那样受大量库存的牵累,并且一直专注节能空调的研发生产。”海尔空调市场部负责人开玩笑地说,今年整整一年,海尔空调都在享受自己“漫长的春季”。这话不无道理,没有库存、善于

应变、执着节能,海尔似乎只缺少政策激励。终于在今年,利好接踵而至,不论是家电以旧换新还是高效能补贴,国家政策引导的都是节能环保的行业发展趋势,海尔也迎来了发展的大好机遇。

今年,快马加鞭的海尔空调又一款将健康、节能功能突破性融合的“感人空调”,在“与春天约会”的市场环境中应运而生。说它“感人”,是因为这款产品运用了获得国家专利的 IEP 智能感知人体技术,能够自动感知并参照包括人的存在、人的数量,甚至人的活动量等数据运行,这也是目前行业唯一可实现“风随人动”的产品,“感人”空调的上市标志着海尔从“高效省电空调领导者”向“健康节能空调领导者”的迈进。2010 年,海尔还将进一步实践从“等客上门卖产品”到“送方案入户”的创新营销方案。从“为用户选,帮客户转”入手,为用户提供舒适生活的解决方案,实现客户、企业的共赢。

格力

有实力才能从容淡定

“相比其它品牌,格力是只做不说的务实型品牌。之所以有今天的成就,功夫全在扎实的研发上。”2009 年度,尽管市场几经多变,但处在行业领军位置的格力却犹如一辆四平八稳的汽车,一路稳健开来。格力空调江苏市场部部长闫志斌形容说,这是格力作为空调业唯一的世界名牌,拥有绝对实力才具备的从容淡定。

纵观 09 年空调市场,格力依然秉承一贯严谨、务实、稳健的作风,不但利用有利的市场形势成功地消化库存。到了该发力的时候,又展示了惊人的爆发力,在国庆前夕,格力斥资数千万元“动真格”,将全线产品节能升级并淘汰四、五级高能耗产品,令同行侧目,国庆空调站也因此提前了十天开打。此外,格力国庆前一举推出世界首创的 6HZ 变频空调月亮女神、具有奢华的外观设计与超智能数码影像系统的王者至尊新机,也在专业的角度阐述了变频空调的核心价值,让消费者逐渐认识到变频的核心是低频,低频决定了变频的节能和舒适。

“格力之所以有今天的辉煌,功在扎实专业的产品品质上,而不是一味地利用广告夸大自己,消费者因为认可之后

的赞许,才是产品最好的广告。”闫志斌认为,消费者越来越注重品质,对实力取胜的品牌越有利,2010 年市场,格力有必胜的把握和信心。

奥克斯

善打“遭遇战”的高手

3 月渠道清仓换货活动;5 月初空调大比武;5 月底家电下乡三重补贴;6 月、7 月创下空调行业旺季无活动的先例;8 月祝贺上市 15 周年,强势拉动下一年度空调开盘政策;9 月购机六重补贴献礼国庆;10 月开展买空调,送液晶,首创购买一个大家电赠送另外一个大家电的行业现象。到了年终盘点的时候,奥克斯空调的“节目单”应该是业内最为丰富多彩的,俨然成了“遭遇战专家”。

奥克斯空调南京推广经理杨剑鱼开玩笑说,他们的灵活策略是瞬息万变的市场“逼”出来的,不过一年的灵活策略也让奥克斯尝到了善变的甜头,各款机型都取得了不错的业绩,特别是附加六重健康系统的健康空调,成为国庆市场的一大亮点。2010 年,奥克斯空调不会懈怠,将一如既往地迎合贴近市场“变并快乐着。”

海信

双模空调独辟蹊径

变频空调省电的功能需要开启一段时间才能达到,一款空调能不能兼具变频节能空调和变频空调的优点? 2009 年空调市场浮躁多变,但没有动摇海信空调的一个大胆尝试,开发出具有“高效省电”和“长效节能”两种运转模式的双模空调。用户开启空调可采用变频模式,待机器运转到黄金频率时再启动变频模式。

凭借双模空调的良好市场反响,海信变频空调在各大品牌节能变频产品的比拼中可谓独辟蹊径,创造出一块属于自己的市场增长点。2010 冷冻年度,海信将继续以双模空调为主销阵容,主推三级以上直流变频产品。全年将有涵盖了家电下乡机型、高效节能产品的 5 大系列 30 余款产品上市。

格兰仕

黄海到蓝海式飞跃的黑马

格兰仕空调在售的百余款型号中,2000 元以下的产品占比超过 40%,而 999 元的低价空调则更像是一种姿态。2009 年,格兰仕空调一直充当着“价格杀手”的角色,让不少同行颇

感“压力”。其实成功永远都只眷顾有准备的企业。2009 制冷年度一开始,格兰仕就制定了积极进攻的市场战略。凭借库存少的优势,推出 999 元的低价空调。在节能惠民工程出台之前,格兰仕便率先淘汰 2 级能效以下产品,并将 2 级产品价格拉低至当时业内 5 级产品均价。随着家电下乡的展开,格兰仕空调通过大篷车活动将产品深入农村,开创了企业版家电下乡先河。与其他主流空调品牌不同,格兰仕并未把变频空调提上战略重要位置。而是“高效变频”路线,价格战和节能战同步上阵,亮出的价格战的主角就是高效能空调。这一系列动作使得格兰仕空调成为 2009 冷冻年度行业的一匹黑马。中怡康的零售监测报告显示,格兰仕 2009 冷冻年度内销突破 100 万套,同比增长 125%,为 2009 冷冻年度市场销量增长率最高的品牌。

如果说年初格兰仕空调如同一只近海防御的“黄水海军”,那么一年之后他们已经飞跃发展成为具备远洋作战的“蓝水海军”。2010 冷冻年度,格兰仕积极进攻战略还将升级,并大力度推出一级能效新品,力争成为行业前三名。

志高

节能惠民状元

2009 年 6 月 1 日,国家首批高效空调补贴推广目录公布,志高中标的 1 级能效产品数量达到 112 个,占整个行业的 34%,成为“中标状元”。随后公告的第二批目录中,志高又以中标总数 261 个、1 级能效中标 192 个,再次雄居榜首,彰显了其发展节能产品的态度。借机志高又发动了“1 级能效产品,5 级能效价格”市场推广活动,掀起销售全面井喷。志高南京产管中心总经理李林透露,由于应对措施得当并及时抓住了各项国家利好政策,同时创新渠道、营销和管理模式,极大地提升经营效率与销售效率。2009 制冷年度,志高南京产销量同比上年增幅达到 170%。

雄心勃勃的志高将 2010 年度,确定为“亮剑营销进攻年”,继续走总成本领先路线,致力打造“高效节能的技术标杆、阳光惠民的价格标杆、政府采购的价值标杆”三大标杆。一如既往地践行“零配件终身免费更换”服务承诺,推动品牌的跨越式发展。

快报记者 杨成

首日报名已突破 1000 人! 后天,长虹全国万人团购会开场!

本周末,长虹将全面启动全国万人团购会,据长虹南京市场部有关负责人介绍,此次万人团购会是南京平板圈里“史无前例”,亮出的团购价将刷新平板的最低价。昨天,团购报名的第一天,记者从长虹南京分公司获悉,团购热线非常火爆,目前团购报名人数已突破 1000 人。

三大主流尺寸爆出超低价

长虹万人团购会爆出怎样的低价?据悉,活动宣传刚推出,就接到了众多消费者的电话咨询和报名,此次团购全面 4 折起价,针对热卖尺寸更有超低价亮相。

长虹南京市场部工作人员表示,目前 32 英寸、42 英寸、50 英寸是最热卖的三个尺寸段,长虹特意推出了针对热卖尺寸的惊人低价:32 英寸平板 1990 元,42 英寸平板 3990 元,50 英寸平板 5990 元!创下目前平板电视价格的新低!



网络电视成团购主打

什么样的产品会成为团购主打?长虹南京市场部相关负责人告诉记者,目前平板圈里最红的还是 3G 无线上网的网络电视,长虹 820 系列为主题的 3G 网络电视也将成为此次团购的绝对主打,据悉该系列产品可 3G 无线上网,目前已成为 3G 无线上网看电视的代名词。购买网络电视还将获得价值 1580 元的 3G 无线上网套装。

享受超低价,赶紧报名吧!

长虹万人团购会的惊人低价仅限本周末、周日两天,消费者可以通过现场、电话以及短信三种方式进行报名,获取团购号至现场购买。

快报记者 王多

美的变频空调 国内市场目标升至 300 万

快报讯(记者 杨成)“2010 年,美的变频空调国内销售目标将确保 300 万台,争取 350 万台。”这是日前美的家用空调国内事业部副总裁吴文新向外界透露的信息。据悉,美的 9 月份宣布刚刚 2010 年变频空调国内销售目标 200 万台,短短两个月后,就进一步升级了市场预期。

吴文新表示,升级目标是基于对变频空调市场的准确把握和信心。2009 冷冻年度,在国家“节能惠民”、“以旧换新”等政策的牵引下,国内变频空调市场取得了

突破性的进展。国家信息中心报告显示,从 08 年 9 月到 09 年 7 月,国内变频空调销售量同比增长超过 56.24%,其中国产品牌整体占有率达到 76.62%,近四倍于外资品牌。刚过去的国庆市场,美的变频空调在全国的销售占比超过 35%,在北京、南京、广州等发达城市的销售占比更是达到 50% 以上。面对美的空调抛出的变频零部件内销 300 万,出口 150 万,合计 450 万的超级大单,已经有包括东芝、三洋、日立、IR、松下等国际级制冷巨头都表示了浓厚的兴趣。

CHANGHONG 长虹

乐教 我的生活专家

长虹全国万人团购会

打造南京史上最大优惠风暴,凭团购卡可直接领取价值 80 元礼品一份,乐教电视团购 4 折起售,送网络电视指定型号价值 1580 元 3G 无线套装好礼,让您畅游 3G 网络世界!



	原价	折扣价	可能价
特价惊爆抢购区	0-999 人	1000-1999 人	2000 人以上
32 英寸数字液晶电视	2796 元	2396 元	1990 元
42 英寸欧宝丽护眼电视	5690 元	4690 元	3990 元
50 英寸数字液晶电视	8990 元	6990 元	5590 元
!以上“可能价”为以旧换新价			

团购流程: 报名(现场报名/电话报名/短信报名) → 填写团购资料 → 获得团购号 → 电话咨询团购进度 → 凭团购号至现场购买
 报名热线: 84216779、18951678062、13405852658、13851786671、13512506531、15005159832
 活动地点: 苏宁、五星、国美等全市各大卖场长虹专柜
11月14日-15日 仅此二天