

空调大战鸣锣开打 市场还需五一激活



去年春节后火爆的空调大战不少市民记忆犹新,有购买计划的消费者更是对今年的空调市场怀有憧憬。然而在春节后接踵而至的3·15促销中,各空调厂商似乎刻意回避了价格话题,在服务上做好了文章。不过该来的终究会来,进入4月份后,早已按捺不住的格力、美的、奥克斯等品牌突然发力,尤其是去年打响空调大战第一枪的美的“万人空巷”促销攻势,配合“四十二年仅此一回”的宣传,立刻引得市场火花四溅。这也使得空调能效标准实施前最后一个五一节点充满了悬念。

率先发力者收获颇丰

“活动还没开始,我们在全省已经预订了空调数万台,双休日的抢购场面更是火爆。”美的

的市场部负责人表示,上周促销可谓大获成功。更可喜的是,消费者青睐高能效空调的趋势已经非常明显,这对美的实现变频战略非常有利。感到消费者观念转变的除了美的,还有空调巨头格力。格力空调江苏市场部负责人告诉记者,上周格力的促销力度并不算大,但销售业绩一点不差,这就看出了消费者对高品质产品的认可。

在变频方面,格力拥有世界领先的G-MARTICK变频技术,消费者越是关注高品质产品,研发见长的空调企业就越占优势。上周尝到率先发力促销甜头的还有奥克斯空调。今年3月17日,奥克斯空调就宣布从减污染、减能耗、减价格、减库存等“六减法”,真正做到节能环保。目前奥克斯已经成为了国内首个定速空调只生产一级能效、无氟变频空调从三级起步的空调企业。

市场还大有潜力可挖

“相比去年,美的投入的力度不可谓不大,收益同样也不错,但众多品牌争相跟进,产生市场连锁反应的效果显然不如去年。”可以说,格力、美的、奥克斯联袂点燃了今年空调行业的第一把火,也预热了五一小长假市场。不过业内人士都清楚,今年的空调市场相比去年年初那场近乎惨烈的空调大战只能算是温吞水。究其原因,除了今年“慢热”的天气,去年众多空调厂商几乎都面临清仓的压力,但今年各品牌的处境已经迥异,发展策略也各不相同,对促销的把握也不可能像去年那样“一条心”。此外,今年的房地产相比去年的购销两旺差别巨大,不少地方买到房和中彩票一样,新房供应量减少也连累到了空调行业。

除了以上客观原因,今年开春两大家电连锁巨头发布的对空

调价格走势截然相反的预测,也在一定程度上让不少消费者摸不到北,选择了观望。加上国家各项补贴实施一年后,在消费者心中的新鲜感已经在减退。“市场还大有潜力可挖,但如何在补贴效应逐步减弱的情况下持续销售平稳上升的局面,需要各空调厂商思考。”一位业内人士说。

五一节点至关重要

今年6月,空调能效标准即将颁布,即将到来的五一节点,对于树立今年空调业供求双方的信心仍然至关重要。业内人士指出,待6月三级及以下空调退市之后,是用一批功能简单、价格相对低廉的二级产品填补这块空白,还是干脆取消这一价格段的产品,将空调价格整体拉高?不少厂家在这个问题上还举棋不定,也许五一节点就是他们做出判断的最后机会。

快报记者 杨成

十年承诺成“潜规则” 消费者真能高枕无忧?

根据国家“三包”政策,商家销售的家电产品在开具发票之日起需提供整机一年,主要零部件三年的保修服务,主要零件厂家应保证五年供应。但在3·15到来之际,众多家电似乎厌倦了价格战的促销,围绕售后“十年承诺”突然成为家电业内最为流行的趋势。动辄十年的售后维修承诺似乎一下成了行业的“潜规则”,虽然国家没有硬性规定,却俨然成了家电厂商的“形象工程”。有消费者不禁要问,家电厂商对自己如此“高标准严要求”,我们购买家电产品是不是真的可以高枕无忧了?

“几大领头家电企业做出表率,自觉提高服务标准,引领整个家电市场品质和服务的进一步升级,无疑是值得鼓励的,但也需要看到其中的隐患。”南京一位家电维修资深人士表示,企业喊口号应根据自身能力量力而行,切不可盲目跟风过度承诺,因为家电维修服务的成本相当可观,而且是在产品售出后三到五年内开始增加,这对家电企业实力和可持续发展能力是巨大考验。

还有消费维权专家提醒,家电维修外包是目前家电企业普遍采用的手段。家电企业既然做出了国家规定之外的“超值”服务时也可以要求商家签订详细合约,避免售后服务缩水。同时,消费者在享受这份商家赠送的“超值服务”时,还要先弄清“保修”与“包修”,谨防个别商家玩文字游戏,使服务成了空头支票。“包修期”是指在此期限内,消费者遇到问题维修时,经营者不得收取任何费用。而“保修期”是指在此期限内,经营者在为消费者维修商品时,可以收取零件成本费,但不能收维修费用。

快报记者 杨成

互动参与

海尔感恩回馈 会员活动本周启动

贺海尔白色家电世界第一,海尔VIP用户权益升级,4月将回馈老会员尊享四重大礼,现金券、家电保养卡等,新会员招募更有惊喜相送。

回馈一:凭会员卡可免费抽奖,一等奖一名空调一套;二等奖二名冷柜一台;三等奖三名数码相机一部;四等奖六名电饭煲一台;纪念奖精美礼品一份。

回馈二:当天可凭会员卡购机,享受团购价,若不购机,也可领取现金抵用券一张(普卡可领抵用券100元、银卡200元、金卡400元,此券4月19日-29日各大家电商场使用,在成交价基础上直接使用,满1000元可使用100元,此券可转让)

回馈三:凭会员卡可领取保养卡一张,免费享受家电保养或清洗等服务一次。

此外,到活动现场海尔还设立了卡萨帝冰箱鉴赏会,到场的人均可品红酒、咖啡,鉴赏卡萨帝冰箱。

活动时间:本周六、日(4月17日、4月18日)

活动地点:河西万达广场
快报记者 王多

最“静”油烟机且看方太

一直以来,吸油烟机为了获得更好的吸油烟效果,往往通过增强吸力来改善。充满矛盾的是,这会产生更大的噪音,而降低噪音又要以损失吸力为代价。有没有一款吸油烟机,既能做到运作时吸力无穷,又能让噪音低到可以忽略?

方太全新推出的这款“银睿6系”吸油烟机,能够完美平衡吸力与噪音,噪音突破性降低至48dB以下,堪称业界超静音塔形吸油烟机的典范之作。

方太的创新之处在于:风机底部被设计成“V形静流弧”,运用科恩达流体力学原理,对进入风机的油烟起到导流作用,顺畅进烟,有效降低紊流阻力和噪音,从而使油烟机内部的噪音降到最低。同时,双面叶轮设计令风机系统在电机强劲动力带动下,使正反两面同时形成负压区,令吸力加倍强劲。而风机架上部斜角设计,使角部紊流吸力的损失减少到最小值,有效增强吸力。“静流弧双劲风机”如同一台顶级引

擎,一旦引发,静流中吸力立刻澎湃而来。没有噪音,没有油烟,让你尽享静音生活。

这款“银睿6系”吸油烟机在以“静流弧双劲风机”技术于吸力、噪音两方面取得突破性进展的同时,更以“变R畅吸风道”、“烟灶联动感应”、“净畅网”等技术支持赋予它更多魅力。“变R畅吸风道”能有效抵消部分由于电机工作和气流运动产生的噪音,保障空气动力,令排烟更顺畅,吸力更强劲,噪音更低。

海尔洗衣机牵头行业组建国内首个“零碳变频联盟”

4月9日,“海尔洗衣机零碳变频战略发布暨行业零碳变频联盟成立仪式”在上海举行。会上,作为全球第一品牌的海尔洗衣机不仅发布了“零碳变频战略”,还联合GE、国美、苏宁、中国环保产业协会等机构结成了国内首个“零碳变频联盟”,计划通过多方协作作为消费者创造一个全新的低碳洗衣“产业链”。

所谓“零碳变频联盟”,是指包括上游供应商、制造商、下游经销商、行业协会在内的洗衣

机行业“产业链”联盟,他们将在各自领域推广低碳概念、提供低碳产品,从而为消费者营造一个立体化的低碳生活范本。据了解,自1997年探索变频技术以来,海尔洗衣机一直走在变频技术创新的前列,从“变速洗”、“同心洗”到“S-D芯变频技术”相继推出了近百款变频产品。经过长期的积累和提升,2007年海尔洗衣机与GE联合研发出了S-D芯变频技术,真正把“零碳”概念落到了实处。据了解,采用了“S-D芯变频技术”的洗衣机产

品,有着省电、省水、低噪音的三大产品优势,能够达到比普通洗衣机省电20%,降辐射30%,洗净比高达1.23,噪音低,使用寿命提升50%的效果。

作为本次会议的又一大亮点,海尔洗衣机还高调发布了其2010年高端市场的“零碳变频战略”。海尔洗衣机中国区市场总监丁来国在诠释这一战略时指出:海尔洗衣机2010年“低碳发展”目标,一是完成全部滚筒产品的变频升级;二是要让3000元以上的高端波轮机实现变频。

夏普再推液晶巅峰产品

在液晶领域已经耕耘了37年,并拥有40年LED技术研发和57年电视机制造技术的夏普,是业界公认的领跑巨人。夏普在2009年末推出了全新的LED AQUOS LX710A系列液晶电视,高效LED与UV2A光传递技术带来新时代的高画质,同时更有效降低能耗,顺应低碳生活潮流;智控倍速与极光倍速有效减低残影;全新扬声器系统带来超震撼音效。这一夏普液晶技术的旗舰产品,让您充分领略“技术进步永无止境”的真正意义。

此系列有40英寸、46英寸、52英寸、60英寸可供选择。五一长假即将来临,乐于提升生活品质的您,不如将此款旗舰产品列入计划之中,让尖端技术为您的生活增添更多美妙画面吧!

创艺家电 卡萨帝冰箱·厨电
2010中国巡展 格调生活
4月17-19日 邀您共聚“河西万达广场”现场品鉴

贺海尔冰箱08、09连续两年全球销量第一

南京海尔·海信有限公司 服务热线 4006999999 网址: http://www.haier.com

Casarte 卡萨帝

金陵十万会员召集令 海尔团购盛宴华丽上演 (活动地点:南京市河西万达广场 活动时间:2010年4月17日-18日)

- ◆ 会员尊享:用户凭会员卡领100-400元不等现金抵用券
- ◆ 现场抽奖:会员及老用户现场有机会抽取空调等大礼
- ◆ 价格承诺:团购期间凡高于五一价格均退差价
- ◆ 卡萨帝 鉴赏会带您在都市生活中寻求低碳温馨的宁静
- ◆ 形象小天使与您携手共同绘制低碳生活,邀您加入……