

盘点·空调篇(续)



空调行业国产品牌主力的地位毋庸置疑,但同质化更新的行业弊端已经让越来越多的空调品牌意识到差异化竞争的迫切,以用户需求为中心研发差异化产品,以差异化产品赢得市场认可和用户口碑,这一良性循环已成为众多空调品牌的共识。

□快报记者 王翌羽

国产空调 立足创新 差异化竞争

据悉,入冬以来,海尔空调凭借对用户需求的敏锐把握,南京海尔总经理王文喜告诉记者,“从业这么多年,我的认识是,消费者购买家电越来越理性了。譬如买空调这件事,以前大家可能会更多考虑价格因素,但现在大家来了直接问这台空调制热快吗,那个牌子省电多少。”卖场销售人员也坦言,这些变化表明消费者的关注点发生了变化,开始向产品的本质回归。随着消费水平的提高,消费者对生活的要求也就相应提高,产品品质好成为消费者考虑的最主要因素。

实际上,作为行业技术的引领者,海尔空调早就破解这一“密码”,并采取细分市场,针对不同人群实现产品研发制造精准化的措施,最终促成了包括除甲醛空调、强热空调等产品在内的多款差异化产品上市,为寻求生活品质提高的消费者提供最佳解决方案。

用户理性回归

“一步领先,步步领先”,以变频技术为例,在变频技术刚刚起步之时,海尔就率先从日本引进国内,从而在国内空调行业中建立起技术领先优势,并在此后变频技术升级的每个环节都能引领发展趋势,形成跟风效应。

截至目前,在空调销售市场,海尔空调的多款产品销量斐然。尤其是集制冷快、制热好、节能省电和健康环保等产品竞争力于一身的无氟变频空调系列产品,在满足用户生活品质需求的同时,还引导整个行业向空调本质化、理性化回归。

对于海尔空调形成的步步领先地位,行业专家表示,这一现象对某些企业来说可能形成了竞争压力,但是对整个行业来说是好事,为推动行业进步,敦促企业关注技术研发,打破产品同质化提供了契机。



品牌按需创新

据悉,在家电市场调研机构中怡康的最新数据中,海尔空调的差异化策略再次显示出卓越的市场竞争力,以快速制热、除甲醛产品全线带动销量攀升。

外资空调 立足智能 渠道要下沉

相比于洋品牌在彩电圈的主导,空调市场的主力绝对属于国产品牌,而以日系品牌为主的洋空调尽管在一二级市场存有良好品牌效应,但广大三四级市场销售渠道的下沉速度直接影响了洋空调的推广,时至岁末,因收购三洋而成为2011年度关注焦点的松下空调顺势推出以“智能”为卖点的系列空调新品,更强调在力保一二级市场的同时迅速下沉三四级市场。

智能:人性化按需调节 空气环境

智能不仅是2011年度彩电圈的推广重点,以人性化著称的日系空调更是通过各种智能设计突显“按需调节”的主流趋势。在2011年度最后一次新品发布会上,松下空调推出的怡岚、铂尊等多系列智能新品,搭载了松下独有的“P-smart sensor”技术聪明应用,利用人感sensor和光感sensor感应,实现一键改变生活的美好愿景。此外,这些新品还具有多种人性化智能模式,如,制暖系统5大优

化,足部制暖、集中送风同步实现;智能气流控制,送风模式多样化,让消费者充分感受到来自松下的科技魅力和人文关怀。值得一提的是,松下空调新品还具有nanoe-G净润功能,可以有效除尘、改善室内空气质量,让消费者生活变得更加健康、舒适。松下高层表示,在2012年,松下空调将继续走高品质、高附加值精品路线,更大程度地满足中国消费者的需求,同时也希望借此推动整个中国空调行业,在智能、舒适、节能变频产品方面的创新发展。

亲民:体验式营销布局 “后政策”时代

随着家电下乡、以旧换新、节能补贴等国家政策将相继退出,在2012年我国家电业将迈入“后政策”时代,对于空调行业而言,竞争也将愈加激烈,尤其对洋空调来说更是挑战。

广州松下空调器有限公司副总经理杨军对此表示,由于外资品牌的品牌运作流程的不同,对政策的依赖很有限,但针对中

国市场的销售现状,松下已经从产品、渠道、推广等方面做出了战略调整,面对“后政策”时代,松下将全力布局三四级市场,销售渠道迅速下沉。

据了解,2011年上半年松下空调借助节能惠民项目,主推高效节能变频产品,从而很好地拉动终端产品销售,而随着补贴的结束,下半年则进一步加大变频机的销售。

针对不同市场,松下也将采取不同的营销策略。在一二级市场,松下将进一步加大变频产品的推广力度,尤其是高附加值产品的推广力度,进一步深耕一二线城市市场,满足一二线城市消费者的需求。针对三四级市场,松下则增加专卖店在二级省会城市的布局,以省会城市为营销原点,辐射周边三四级市场并针对性的研发,生产出更多高性价比的空调产品。据广州松下空调器有限公司营业本部营业统括部统括部长马英杰透露,针对不同地域与市场,松下空调将“因地制宜”地进行体验式营销,真正做到与消费者沟通“零距离”。

圣诞用三星MV800 表达你“多角度”的爱

圣诞节最幸福的事情是什么?今年的圣诞你想好送什么给你最爱的人了吗?如果还没想好,没关系,小编在此倾心推荐一款圣诞潮流范儿礼物——三星MV800数码相机。相信收到它的人,不论是男士、女士,还是老人、小孩都会非常开心,因为它不管从实用还是外观来说都是数码相机中的不二之选。

送给你时尚型的她

她希望成为大家视线的焦点吗?你想让她hold住全场吗?想到这些并不需要夸张的打扮、妖冶的妆容、劲辣的语言,只需要手拿三星数码相机新品MV800,走在街头,打开独一无二的“翻转屏”随意拍摄,她就会成为大家瞩目的中心。然后在纸上写“你的每一个角度我都爱!”把它用三星MV800拍下,试想当她打开相机时,该是怎样的惊喜!

送给你热爱拍照的他

三星MV800的3.0'大尺寸翻转触摸屏开启了一个充满无限艺术可能性的迷人世界,它除了拥有1610万高像素,配备了5倍光学变焦和26mm广角镜头,独特的显示屏还可上下倾斜,可从多角度完成每次拍摄,无论是捕捉完美的自拍照为网络个人简介增加美图,亦或是以极低和极高的角度拍摄,都能轻松完成,绝对让他个性十足,拥有摄影达人的范儿。

送给你亲爱的爸妈

三星MV800内置的姿势向导



功能可以指导你不太会玩数码产品的爸妈利用液晶显示屏上的画线寻找最佳拍摄位置,让他们也可以从任意角度捕捉完美照片。创新全景预览功能,可以让爸妈轻松的按下快门拍摄家庭集体合照,然后与液晶显示屏相连就可预览整个画面。其美颜功能可有效修饰面部瑕疵,让他们的照片成为人生旅途中最完美的纪念。

送给你小可爱的他(她)

三星翻转屏相机的设计超越了单纯照相机的理念——它是一种创意工具,使创造力十足的孩子们从每一次从拍摄中获得最大的愉悦体验。魔术相框功能包括12个趣味背景模板,以及用户个性化定制功能。而且孩子们还可以通过14种滤镜效果发挥出无穷的创造力,通过轻敲和拖拉,对照片画面进行弯折、拉伸和操控,从而彻底改变画面人物的面部特征,即刻分享欢乐时光。而且通过创新性故事板编辑器,孩子们可以成为自己生活的导演。

日前三星数码相机正在举行“好礼HOLD不住,新年礼来送——三星相机新年促销热卖中”,活动内容:凡购买指定机型(1000元以上),开票后可参与现场100%抽奖,奖品包括原装电池,USB HUB等。



LG Display不闪式 3D庆周年广邀同盟

2011年12月15日,世界领先的面板制造商LG Display在北京举办了不闪式3D面世一周年庆典暨“跨越2012,不闪式3D伙伴大会”。LG Display不闪式3D今年一月正式登陆中国市场,第一周市场占有率仅为4%,但接下来的数月内迅速领跑3D电视市场销售,得到了更多消费者认同,短短数月其市场份额便突破50%大关,跃身成为中国3D电视市场最主流技术。采用不闪式技术的3D电视销量在华市场份额飞速增长,从而推动了中国3D电视市场迅速成长。不闪式3D上市之初中国3D电视的市场规模仅为12万台,在不闪式3D的推动下,一上



升为目前的500万台,增长了40倍,2011已然成为3D电视销售元年。

对于2012年,LG Display表示,已经与不闪式3D阵营的各大厂商达成共识,将加大对新产品的宣传力度,不断丰富产品类型,共同扩大不闪式3D电视在三四级城市的推广,促进新技术全方位的普及以争取更大市场突破,让更多消费者感受到不闪式3D的技术魅力。

刘媛媛

夏普支援 “好空气·好生活”

夏普于12月21日在南京举行了关心空气环境与生活质量的夏普“好空气·好生活”座谈会,夏普PCl机器事业部产品讲解员对“净离子群”空气净化技术做了详细的介绍。通过释放正负离子来净化室内空气的这一独创技术,在全球多个国家得到认可。搭载了该功能的产品,全球销售累计达到3000万台(截至2010年12月数据)。特别值得一提的是,夏普空气消毒机



KC-W380SW-W于2011年3月,获得了中华人民共和国卫生部颁发的“国产消毒剂和消毒器械卫生许可批件”,并且去除空气中的浮游菌和甲醛的效果也得到了验证。

快报记者 王翌羽



中国彩电企业首次迈入“千万级俱乐部”

12月16日,“中国彩电企业TCL全球销量首破千万台庆典暨第10000000台电视珍藏仪式”在京隆重举行,这是中国彩电企业全球平板电视年销量首次突破1000万台大关,也是中国彩电产业发展的一座全新里程碑。

中国电子视像行业协会副会长白为民表示,“这是中国彩电业发展的一个里程碑,1000万台对于彩电企业来说是个极具挑战性的数字,国际上突破1000万的企业仅有三星、LG、索尼等寥寥几家,而且全是日韩企业。现在,TCL代表中国企业彻底打破了外资品牌对1000万

级全球彩电俱乐部的垄断,预示着中国力量正在撬动世界彩电产业格局,标志着整个中国彩电业进入了一个全新的发展阶段。”

据报道,今年随着全球经济前景的不明朗,行业机构纷纷下调对全球彩电市场的预期。而据市场调研机构DisplaySearch的《全球电视市场展望报告》显示,全球电视市场的年度销售预期值在不断下滑,同期国产彩电的表现倒是可圈可点,2011年1—11月份,TCL液晶电视销量达930.41万台,同比增长43.71%。中国与海外市场齐头并进,销量分别同比增长28.2%



和75.4%。12月14日,TCL 2011年度全球平板电视销售量正式突破1000万台大关,也成为了第一个平板电视年度销量突破千万台的中国彩电企业,率先跻身“全球1000万级彩电俱乐部”。

快报记者 王翌羽

勤上光电登陆南京

目前,国内以LED为题材的公司大都是以LED元器件、小功率LED装饰灯、显示等为主营业务,近日登陆南京的勤上光电则是业内第一家以大功率LED半导体照明为主营业务的公司,据了解,勤上光电主营业务包括LED景观照明、LED功能照明、LED显示屏和LED特种照明四大系列。

勤上光电一直专注于LED应用技术的研发及自主创新,在多项应用技术方面都有了重大突破。成功研发、设计出具有自主知识产权的

非成像光学系统、先进的散热器优化软件以及高效率、高可靠性的LED驱动技术、具有检测报警功能及实现分时无级控制的“智慧宝LED远程无线智能控制系统”、全球首创的集中供电“守护者”系统。

近几年,国内传统照明企业依靠自身的渠道优势在逐步向LED照明转型渗透,但步伐仍然谨慎。随着勤上光电等LED照明企业逐步借助资本市场拓展自身渠道,传统照明企业与LED照明企业的渠道、价格战有望提前打响。

快报记者 王翌羽