



两个月前,空调能效新标公布,节能技术“被拔高,继而引发行业一轮热议。余热未散,两个月后,节能惠民补贴新政公布,补贴额度大幅缩水。业内观察人士指出,“双政”下,空调行业价格回调已成定局。

空调“双政”策动 价格回调成定局

“双政”策动 价格回调成定局

5月5日,财政部网站公布了节能惠民政策的调整方案,明确了高效节能空调补贴推广政策从2010年6月1日起再延长一年,同时将按6月1日起一起执行的空调能效新标准对能效等级2级及以上产品继续给予补贴,但补贴标准由此前每台300元-850元下调至150元-250元,下调幅度高达70%。

此前,工信部联合发改委等七部委联合发布了《推进3G的网络建设意见》,闻库表示作为落实,接下来还会出台支持3G网络建设的相关政策。

3G的广阔前景让各大运营商都加快了相关布局。出席同一论坛的中国移动集团副总裁鲁向东表示,按照中国移动的规划,2010年将投入450亿元用于TD-SCDMA网络四期建设,预计今年将建10万个TD基站,基站总数将达20万。

中国电信集团公司副总经理杨杰则表示未来中国电信将提供更加深度与广度的3G覆盖,同时也将大力发展3G终端与产品应用,希望今年年底中国电信移动用户能到9000万,而3G用户能够突破1000万。

鸿洲集团携手金蝶软件 打造海南地产行业信息化标杆

近日,金蝶海口分公司与海南鸿洲置业集团股份有限公司(以下简称“鸿洲集团”)签署信息化战略合作协议,鸿洲集团将全面采用金蝶房地产行业一体化解决方案,建设覆盖从项目开发、营销服务、集团财务、集团人力资源、协同办公等管理领域的信息系统,实现“集中管理、集成管理、全员协同”的集团管控目标。

鸿洲集团成立于2002年,主要业务涉及地产、酒店、游艇俱乐部三大板块。随着集团规模的快速扩张,集团领导者准确决策的难度大大增加,面临着从集团、到下属公司、到各部门的逐级监控管理,多项目运作、跨区域发展带来的标准化复制和全员协同等问题。为此,鸿洲集团高层期望通过信息化实现集团管理能力的提升,集团战略的落地执行!

金蝶集团作为房地产行业信息化的领导厂商,已成功地为万科集团、合生创展、奥园集团、深圳振业集团等众多地产企业提供信息化服务,经过多年发展,金蝶已经成为国内唯一能够提供房地产行业全面一体化解决方案的供应商。金蝶的一体化解决方案也在鸿洲集团的选型中成功胜出!

鸿洲集团信息化战略合作,是金蝶海口分公司继与海南四环医药结成信息化战略合作联盟伙伴之后,又一重要的行业战略合作。未来,双方将在行业领域深入合作,建设“数字化鸿洲”,打造海南地产行业信息化应用的标杆!

“城市,让生活更美好”为主题的上海世博会上,在城市最佳实践区、现代时尚

初进行提价,预计提价在200-500元,幅度在20%左右。

对于企业之间不同的境遇,某空调企业一位不愿具名的人士向记者指出,节能补贴直降对二三线空调品牌的冲击较大,但一线品牌的调价幅度也不会低。“虽然他们规模大,成本较低,但是相对来说库存容量也大,惠民补贴调整后,他们受到的总体成本压力也是很大的”。该人士透露。

产品结构调整 新1级成最佳选择

两大新政即将实施让众多企业都感受到了转型升级的竞争压力。

企业普遍开始对产品结构进行调整。不过,关系到获得节能补贴的额度比例,企业关心的是如何调整产品结构让自己的利益最大化。而从两大政策互动的结果来看,主推新1级能效产品无疑成了企业的最佳选择。

海尔空调相关负责人向记者表示,“海尔空调已经率先发力,以更高节能科技的产品全线出击,抢占新一轮节能惠民市场份额。”

美的空调负责人向记者介绍,去年,美的空调获得节能惠民补贴6.2亿,目前其高效节能空调的比例为80%,变频与能效等级1级以上的产品比例各占1%。

事实上,企业要做到完全“轻装上阵”并不是件容易的事,在转型升级推高效节

能空调的过程中企业也面临清理旧的产品库存的压力。

行业分析人士张彦斌指出,节能惠民政策出台,能效补贴额度大幅降低后,很多企业开始迅速处理库存,更有甚者,一些企业开始恢复销售低能效产品。

某空调企业的人士向记者透露,就目前行业整体情况而言,企业要清理的库存以旧日的1级能效空调为主。

而另一方面,“双政”的实施对于那些没有丝毫库存压力的企业来说,无疑如同曙光降临。此前曾宣称放弃空调主业转战房地产的春兰,日前也宣布回归空调业务,并表示“不抛弃,不放弃”。

渠道联动 先降后涨

空调双政一经公布,行业的调整也迅速反映到大连锁卖场。

据了解,从6月份起,卖场里的空调价格会比5月份略高一点,涨幅为10%-20%。

为了更好的应对即将到来的空调旺季,以及避免旺季期间销售、售后方面的压力,一些卖场正在对旧日的1级、2级能效空调进行促销。

除了连锁卖场开始提前调整外,传统经销商的渠道策略也开始变化。

某空调经销商告诉记者,“节能补贴减少必然让工厂对经销商的供货提高,而工厂在扣除经销商的返点后,还得保证自己的盈利空间,最终涨价必定通过经销商反映在终端市场上。”

以旧换新补贴难落实? 旧家电价格水涨船高

本报综合消息 随着6月份的临近,试点实施一年家电以旧换新政策正在全国推广,不过以旧换新政策在9个省市试点过程中仍暴露不少问题。记者发现,一些旧电器店铺钻以旧换新空子,把旧电视机高价卖给消费者。

记者连日来走访电器市场发现,家电以旧换新的补贴并未100%落入消费者的口袋,一些街边回收旧电器的小档正在利用政策漏洞“食水”,以旧换新政策催旺了他们的生意,部分旧电器甚至出现卖断货的情况,而旧家电的价格也是水涨船高。

部分旧电器被卖光

赵老板开了一家旧电器铺,过去一年,他的电器档的生意非常火爆。“以前我基本都是只回收不销售的,国家出了以旧换新政策后,很多人来买旧电器拿去换补贴”,赵老板对记者说,“这需求好得不得了,一年下来卖出几百台都记不清楚了。”仅在过去不到一周,这个小档进货的20多台旧电视全部被一扫而空。

赵老板还说,14英寸的旧显像管电视目前没货,“这个产品是最受欢迎的,因为它尺寸小、价格相对便宜”。不过随着需求上升,它的“身价”也是水涨船高,“之前能卖五六十算是不错的价格,现在怎么也要100元,不议价”。虽然记者几番哀求,但赵老板就是不肯“降价”,且在没货的情况下,要记者交了订金,“我才会给你努力找找看有没有货”。

记者注意到,那些紧邻大型电器连锁卖场的小档生意最为火爆,这当中少不了家电连锁企业销售人员的“功劳”。由于销售人员希望通过以旧换新政策

扩大销售业绩,在消费者表达出没有旧家电如何享受补贴时,往往都会支招“去买一台旧电器,就可以参加以旧换新了”。

这种做法在卖场相当普遍,记者昨日以消费者的身份走访了几家大型家电连锁卖场,在记者表达出没有旧电器能否参加以旧换新时,销售人员普遍反应“有办法”。

销售人员还抛出“烟幕弹”,“要买旧电器也要抓紧,因为以旧换新政策5月就要结束了,6月开始就没有补贴了。”销售人员说,而据记者了解,国家家电以旧换新政策本月只是结束试点,6月是推向全国实施,作为试点省市的广东市场,“只要全国实施的新政策没有下来,就会按原有的办法进行补贴”,广东省相关政府部门对记者表示。

政策难以监管“钻空”行为

销售人员支招,旧电器小档“钻空”,这些做法是否违反了国家以旧换新政策?权威部门回应,由于以旧换新政策没有对旧家电的来源作出限定,消费者通过买旧家电来达到享受补贴的做法“很难受政策监管”,相关部门的态度是“不主张、不鼓励”这样的做法,并监督企业加强内部控制和管理。

“如果一经发现销售人员有引导消费者买旧换新的做法,会予以开除。”某大型连锁卖场的负责人告诉记者。

中国电子商务副秘书长陆刀波认为,国家用补贴政策鼓励百姓淘汰老旧家电去买新的节能家电,但是,如果商家为了自身的利益,引导顾客去二手市场买旧家电,就违背了国家政策的初衷,损害了国家和消费者甚至是环境的长远利益。

苏宁100万台特价空调升级 放量2010全国空调节

本报综合消息 上周,作为传统空调旺销地区,华南、华北、华东、华中、成都、重庆、西安等地先后启动苏宁电器2010年全国空调节,受6.1新节能惠民补贴大幅下调政策消息的影响,本周国内空调销售同比激增态势明显。据苏宁电器全国空调销售数据显示,上周六周日两天,苏宁全国空调销售环比增长50%,与去年同期相比,则有近60%的增幅空间。本周,苏宁100万台特价节能空调将全国放量,全面升级2010空调节。

新政实施在即 空调提前进入旺销市

从6月1日起,国家将实施对新一、二级能效空调每台进行150元-250元补贴新规,相比去年300元-850元的补贴,大幅缩水的补贴力度也让空调调价再度袭来。在此特殊背景下,上周,苏宁率先行业于传统空调旺季市场全面启动一年一度全国空调节。

记者在上周末走访苏宁门店中发现,各大品牌空调销售区域人气均较为集中。记者也现场了解到,大部分消费者则是因担心新政补贴标准的降低而选择此时提前购买节能空调产品。张先生在接受记者采访中明确表示,家里用了近10年的空调也该换新的了,现在趁着国家补贴政策尚未调整前买节能空调,除了可最高拿到国家850元的补贴外,还能再参加商场的折扣让利,再划算不过了。

记者从苏宁电器空调采购负责人处获悉,在新政的推力之下,现行2级能效

变频挂式空调相对于去年同期市场均价而言至少下降千元。“节能定速空调平均单价的大幅缩水加之新政的实施在即,使得今年空调旺季市场也早早提前而至,就苏宁而言,上周双休两日,全国空调销售环比增长50%,与去年同期相比,则有近60%的增幅空间”空调采购负责人告诉记者。

苏宁全国100万台特价空调 本周升级放量

记者从苏宁电器获悉,本周起,苏宁100万台特价节能空调将全面对外释放,本月成空调购买黄金时期。周五推出了空调促销“组合拳”:1、买空调满额就送十孔枕、电风扇、镂空藤席、高档竹席等高档礼品;2、夜市来就送100元空调券,夜市专享空调特价机,多款一级能效节能空调惊喜超低价1199元;3、购空调还送699元苏宁大礼包(支架、服务金卡);4、海口地区购买空调4小时快速安装;5、海口地区全场空调不论品牌机型都可在成交价基础上参与以旧换新,旧空调一律折价最低230元,最高1000元。

据悉,随着夏季高温天气的到来,苏宁电器也为消费者准备了丰富而实惠的制冷商品促销活动:1、办苏宁会员卡,办卡就送精美礼品一份;2、苏宁正式会员全场电器买就送3级豪礼加5倍积分;3、买冰箱满688元起送,电水壶、乐扣保鲜盒三件套、爱仕达炊具两件套等送不停;4、生活电器满500送100,全场任挑第二件小家电。

汉王电纸书入世博 无纸阅读让生活更美好



“城市,让生活更美好”为主题的上海世博会上,在城市最佳实践区、现代时尚

馆以及媒体新闻中心三地,汉王电纸书产品受到中外游客的驻足体验。

在世博“沪上·生态家”二层的“无纸书房”,这个由汉王搭建的展区内,体验者彻底摆脱了纸张对于阅读的束缚。汉王电纸书,电子的产品传统书籍的阅读体验。让爱书人在拥抱科技的同时,仍然能感受到浓浓的墨香芬芳。

在现代时尚馆中,汉王科技全系列产品的精彩亮相。其中还有4款以外语作为基础编写软件程序的海外版电纸书,它们使用起来更加符合国外读者的阅读习惯。再加上电子纸显示技术,汉王领先全球的手写批注和摘录功能以及Wi-Fi无线下载功能等技术,在实现低碳阅读的同时,也让游客体验到了最前沿的科技魅力。

在媒体新闻中心,包括汉王电纸书在内的100台电纸书成为记者报道世博的

得力助手。除了汉王电纸书随机预装的上千本正版图书,打开Wi-Fi信号进入汉王无线书城,在这个囊括了数万种图书资源和几十份报纸的书城寻找所需内容,使报道过程变得迅速、便捷。另外,汉王电纸书还带有手写功能,记者在采访过程中可以随时用笔记录下自己的所想所得,然后整理成文字。

卖场地址:海南汉王海口市海秀大道DC商业城2006号
电话:0898-66517586,66501220
北京总部:4008108816
招商及团购:13511063525(厂家)
电脑城、新华书店有售



家电变“绿”任重而道远

本报综合消息 中国的家电何时能够真正“绿”起来?这要基于一个前提:家电企业自身先“绿”起来,只有企业完成了“绿色公司”创建,“绿色家电”、“绿色品牌”也将随之而来。这是一个长久的系统工程,需要企业扎扎实实,容不得浮躁。

世博会上的绿色家电

本次搭上上海世博快车的中国家电企业,基本涵盖了国内外的各家龙头。海尔、海信、格兰仕、国美等纷纷亮出自己的绿色杀手锏,亮相世博。

在全球气候变暖这一严重的生存环境课题之下,本届世博会确立“城市,让生活更美好”的主题,对想借助世博进行营销的家电企业提出了苛刻的要求,可以说,能够牵手本次世博会的均为家电行业“绿色创造”的先锋,这些“绿色家电”产品

的亮相,也被寄予中国家电业“绿色产品”革命的领航。

但从绿色家电的概念来分析,本次闪亮亮相世博的中国绿色家电,并没有完全达到家电的绿色标准,整个价值链上只有制造环节在做“绿”文章,废旧家电的绿色回收却遥遥无期,市场上的绿色消费仍属懵懂期……

价格战让家电绿色打了折

绿色家电的概念很早便在业界提出,从最初对“绿色”的模糊认识,到现在“节能环保”产品的不断推出,中国家电产品的“绿色”发展一直没有停止。于是,今年的五一家电消费市场,绿色也成了产品主推的卖点,但价格战却让这场“绿色家电”大营销黯然失色。

在笔者看来,“五一”上演的价格战,是

中国家电行业“遇到经济困难就用降低产品价格来应对”的延续,更折射出中国企业家创业理念的浮躁和对“绿色产品”理念认识的浅薄。而世博会上亮相的“绿色产品”招牌,则透露出家电产品绿色创新已成为家电领航者们共识的事实,很明显,原材料的上涨本应带动产品价格上涨,但价格不涨反降,这里面有每年的黄金周价格战的影响因素,但在中国进入“后危机制造”时代,呼唤中国创造的时期,还一味打价格战,只能使企业盈利能力不断下降,让产业升级步伐放慢。

中国家电何时绿起来?

综合世博会与五一消费市场不难看出,对绿色家电的推广上,家电业主要还是围绕拉动市场消费、刺激市场新增需求而全面展开。不可否认,登上世博舞台的

各家家电企业,确实在努力探索着家电业的绿色发展方向,并在不断进行着技术创新,研发出更具“绿色”的产品,而不断上演的价格战又透露出中国家电产业绿色创新之路上将充满荆棘,一不小心,将会偏离方向。

中国的家电何时能够真正“绿”起来?这要基于一个前提:家电企业自身先“绿”起来,只有企业完成了“绿色公司”创建,“绿色家电”、“绿色品牌”也将随之而来。这是一个长久的系统工程,需要企业扎扎实实,容不得浮躁。

“绿色”需要责任为先的理念。只有赋予绿色责任的企业才能生产出真正的“绿色产品”。这个责任包括两方面,一是挑起中国家电制造业在国际上的绿色产品创造之责任,二是承担起树立家电业绿色制造企业塑造的责任。

“绿色”需要贯穿整个产业链。在绿色理念的指引下,企业要建立完善的企业绿色文化,培育可持续发展的生态产业链,从原材料采购,到产品的寿命,都要赋予环保理念,各环节做到与自然和社会的和谐相处,产品才真正行使了“绿色”。

“绿色”需要良好的竞争环境。家电企业只有身处有序、良性的竞争环境中,才能真正把精力放在技术创新、产品更新换代上。家电企业,尤其是家电龙头企业,更应为中国家电业竞争环境的打造做出表率,带领行业由“价格战”转向“价值战”。

总结:中国家电要赢得全球市场的尊重,在探索低碳发展之路的同时,更要尽快完成绿色商业文明的进化与转变,尊重客观规律,与自然和谐、与社会和谐,从做产品到做企业再到做事做人,进而做出绿色选择,留下绿色足迹,创建绿色品牌。

家电防潮小贴士

电视

电视机应该放置在通风比较好的位置,让其远离潮气的侵袭。在天气潮湿的时候,用户可以将电视设置在待机状态。在待机的状态下,电视内部的变压器等部件会散发一些热量出来,可以在潮湿的天气下来驱散机内的潮气。另外,电视机后面有很多小孔,时间长了就会有灰尘通过这些小孔进入到电视机的内部。如果遇到潮湿的天气,灰尘和潮气结合在一起就形成了凝露,容易导致电视机出现漏电现象。所以应该定期清洁电视机的灰尘,对于电视机背面的灰尘,用户还可以使用吹风机来去除污垢。

空调

虽然空调具有抽湿的功能,但在潮雨天天气来临的时候,空调更需要保养。空调长时间不使用就容易出现内部部件老化,还有一些塑料材料也会硬化。因此,用户要时不时地对空调进行开启和使用,定期对过滤网进行清洁,以免吸附在进滤网上的细菌、灰尘进行繁殖和传播,危害人体健康。

洗衣机

洗衣机是采用电路控制的,所以电路板更加需要防潮,避免进水。首先,洗衣机不能放在洗手间内,浴室内的水蒸气容易对洗衣机内部的电路板造成腐蚀,应该放在通风性较强的位置,还要把洗衣机的放置在垫高的平台上。另外,洗衣机用完后要记得将插头拔下来,因为插头长期受潮后很有可能引起短路甚至火灾,洗衣机的表面也要用于布抹干,以免滴溅在洗衣机表面的水渍流入机身内部,损害洗衣机的元器件。

创建幸福企业
用友 企业管理软件
●5月26日,集团管控专题研讨 ●6月11日,NC客户俱乐部活动
用友软件海南分公司 海口市国贸路1号景瑞大厦A座9层 86-898-66517099

金蝶企业管理软件
金蝶是香港上市公司(股票代码:0268)、中国软件产业领导厂商。为全球超过80万家企业和政府组织成功提供了管理咨询和信息化服务,连续5年被IDC评为中国中小企业ERP市场占有率第一名!
Kingdee 金蝶海口分公司 海口市大同路38号财富中心703
咨询热线:0898-66502285

IT·家电周刊
IT·家电业界最佳载体
专刊热线 66810510 66810282
电子邮箱 812549160@qq.com