

上半年空调的旺销一度滞后,近期才渐趋反弹。受多种因素的影响,今年空调的旺销态势略微有所滞后,具体的原因有哪些?自进入6月底7月初以来,卖场的空调走势怎样,消费热潮是否已井喷?记者日前从三大连锁卖场了解到,今年上半年空调的旺销节点一度滞后,至6月底7月初方才“渐入佳境”,尽管1700元以下的惠价空调重现实场,部分厂商也力推3级能效变频空调,但卖场认为今年旺季空调身价或依然坚挺,而变频的市场份额也有望进一步扩大。

空调销量持续看涨
价格或依然坚挺

本报综合消息 对于已经到来的制冷家电消费旺季,国内部分连锁卖场劲掀普惠“冰风暴”,更声称将直接下拉制冷产品平均价格20%左右,消费者购买空调即送200元电费补贴。

变数增多上半年旺销滞后

今年的空调在一派“涨”声中,身价悄然节节走高,这和年初为空调涨价“大鸣大放”般造势有所不同。早在3月前,受原材料和人工成本上涨等因素的影响,部分厂商低调适当上调空调价格;五一之前,为多捞取点利润空间,厂商再度适当提价;而随着惠民节能补贴政策即将结束,厂家在5月20日左右又来了一次更大幅度的上浮,从而让空调价格冲上了“史上最高价”。

但略显“杯具”的是,和空调身价轮番看涨不同,空调的销量并未呈现出量价齐升的态势。

记者从各大连锁家电卖场了解到,受房地产新政、物价通胀和天气时雨时晴等因素的影响,通常在4月下旬涌现的小高潮并未出现,五一期间虽略有所提升,但随后即被持续数日的阴雨或暴雨天气“浇了个透心凉”,上半年空调的旺销点频频被顺延推后,至6月份才稍稍有所起色。

6月底7月初走势渐趋反弹

眼见上半年的大势将去,不甘就此“沉默”的家电卖场纷纷发动年中“大决战”,在6月底最后的十来天,空调的身价首次出现松动迹象,1400元左右的实惠空调在“绝迹”数日之后,终于再度现身卖场,而特价机的占比也曾高达50%左右。

与此同时,天公也甚为作美,在炎热的持续威逼下,空调销量开始增长。

据国美有关负责人介绍,刚性需求继续刺激传统家电走势上扬,空调在6月份的表现便很不错,尤其是6月底涨势甚强,“部分畅销型号的小1P空调,甚至出现断货”。

6月底7月初以来空调发挥稳定、销售很好,“但尚未出现大规模井喷现象,可能与期间天气尚不稳定有关”。记者从东莞苏宁了解到,近期该卖场的空调销量亦是持续看涨。

综合几大卖场的信息来看,变频空调的占比正稳步提高,目前定速空调与变频空调的比例已达到4:6,并有可能进一步扩大份额。

空调价格或依然坚挺

比较有意思的是,在近期的年中“决

算”这一重要关口,几大卖场都罕见地释放了一批1700元以下的惠价空调,尤其是在推广变频空调方面,卖场似乎都在主推3级能效的变频空调,原因何在?

“卖场主推3级能效变频空调,是因为这些型号的货源较充足,因此促销力度相应也会大一些。”某卖场负责人表示,至于1700元以下的空调重现实场,这仅是促销时吸引消费者的一种举措,与

库存压力无关,从以往的惯例来看,旺季时段空调的价格一般都比较坚挺。

专业人士认为,卖场推出一定数量的便宜空调,仅是吸引消费者眼球的一大噱头而已,整体而言2000元以下的空调货源比较紧张,当然在旺季“可能推出一些报销定制机型以刺激消费,给予一定的价格松动,但总体将维持价格平稳”。

至于眼下热推3级能效变频空调,有关卖场相关人员则进一步解释称,变频能效补贴结束后,变频价格已趋近变频,尤其是一二级能效的变频在这方面价差已不大。正是由于一二级能效的变频不管是压缩机,还是生产成本都要高于三级能效的变频,因此为了抢占市场份额,厂家对3级能效变频空调释放了一定的优惠并予以主推。

品牌价值超700亿 苏宁蝉联中国商业零售第一

本报综合消息 近日,世界品牌实验室在北京发布“2011年(第八届)《中国500最具价值品牌》”榜单,工商银行、CCTV、苏宁电器、五粮液等位居中国品牌国家队阵容前列。其中,苏宁电器品牌价值由去年的508.31亿元上升至728.16亿元,增幅明显,位居整个榜单第十四位,继续蝉联中国商业零售第一。

世界品牌实验室是国际最权威的 brand 研究机构之一,由诺贝尔经济学奖得主、“欧元之父”、美国哥伦比亚大学教授罗伯特·蒙代尔(Robert Mundell)担任主席。多年来,世界品牌实验室持续关注中国品牌,今年是其连续第八年颁布《中国500最具价值品牌》榜单。榜单基于财务分析、消费者行为分析、品牌强度分析等全面考察中国品牌。

食品饮料、纺织服装、传媒行业依然是此次上榜企业最多的行业,反映出与消费者关系最为密切的行业持续运行在一个较高的水平上。但与制造业高度关注品牌建设相比,中国零售行业的品牌意识和品牌建设仍有待提高。北京苏宁总经理侯恩龙表示,苏宁作为中国零售行业的龙头企业,不仅在企业规模、行业影响等方面领先,更早意识到品牌建设的重要性,责任、专业、服务成为苏宁独特的品牌内涵。

目前,苏宁电器在全国拥有超过1500家连锁门店,网络覆盖中国大陆300多个城市、香港、日本地区,员工超过15万人。2010年,销售规模1560亿元,蝉联中国连锁百强榜首。在2010年世界品牌实验室、《福布斯》中文版、《财富》中文版等权威组织的品牌评选中,均位居中国商业零售第一。

苏宁已走过创业的二十年,内生增长与外延增长相结合的“苏宁模式”为行业树立了高速、稳健发展的标杆,而承担产业责任、热衷社会公益更为苏宁品牌价值增值不少。面向第三个十年,苏宁不久前发布新十年发展战略:至2020年,连锁门店3500店,涵盖东南亚市场,线上销售3000亿元,成就世界级企业。

发布会现场,诺贝尔奖经济学家、欧元之父蒙代尔亲自为苏宁电器颁发品牌价值奖杯,羊城晚报社副总编辑周建平对苏宁进行现场点评。评委会认为,苏宁以完善的销售服务彰显品牌内涵,借助明星效应树立品牌个性,承担社会责任提升品牌形象。在连锁终端、产品、价格竞争同质化的行业背景下,苏宁树立了稳健、健康的差异化品牌形象。

苏宁电器董事长张近东表示,不久的将来,中国一定能培育出世界级的零售企业,新十年,苏宁将朝着世界级品牌的目标迈进。



手机恶意软件花样翻新 用户需小心防范

本报综合消息 近期,有大量手机客户举报收到内容为“您好!系统监测,您的手机系统已感染僵尸病毒,或被恶意扣费,请尽快查杀!”等类似短信,并提示用户点击链接进行杀毒。经查实,此内容并非移动运营商或手机恶意软件监测的权威部门发布,如点击链接则有可能感染恶意软件。

为避免产生不必要的损失,中国移动(微博)表示:对于假冒移动公司名义的信息和链接,提示的手机已经中毒,安装杀毒软件或者网址链接等信息,不要轻易相信,不要随意点击进入,更不要转发,应及时删除。如果发现手机有任何异常情况,请尽快联系手机售后服务网点处理或拨打中国移动客户服务热线10086进行举报。

事实上,根据中国互联网网络信息中心(CNNIC)统计显示,截至2010年12月,我国手机网民规模继续扩大,高达3.03亿。据中科院心理研究所发布的报告显示,目前近68.6%的手机用户正面临移动安全威胁。

有专家认为,手机上网用户的增多,使手机安全性问题日益凸显,部分恶意手机软件,在用户不知情或未授权的情况下,通过自动发送带有恶意代码的短信、彩信、邮件以及自动连接网络等方式,导致用户被恶意扣费,隐私信息被窃取,远程控制用户手机,消耗用户手机资源等方式来达到非法牟利目的。

中国移动客服人员表示,建议广大智能手机用户加强对手机安全隐患的防范意识,保护好好自己的身份信息,避免随意下载一些可信度不高的软件。为此,中国移动向手机用户建议六大攻略来进行有效防治:

手机下载及安装软件时请选择安全可靠的网站操作;使用SD卡、T-FLASH等内存卡交换数据时注意防止感染恶意软件;隐藏或关闭手机的蓝牙功能,以防手机自动接收病毒,更不要安装通过彩信和蓝牙发送过来的可疑安装文件;平时对于手机内的电话本及重要信息要经常备份,以防感染恶意软件后丢失;对于已经感染恶意软件的手机,建议尽快到手机售后服务网点进行处理或者使用相关手机杀毒软件进行清除;建议给手机安装适用的杀毒软件,并关注最新手机病毒的新闻报告及防范措施。

新一代 iPhone 手机 将于今年第三季度发布 更轻更薄

本报综合消息 《华尔街日报》周三援引消息人士的话称,苹果已从配件制造商手中订制了下一代 iPhone 手机的主要配件。按照苹果的计划,新一代的 iPhone 手机将于今年第三季度对外发布。

来自一些苹果配件供应商的消息称,新一代的 iPhone 手机预计将比 iPhone 4 更轻、更薄,并配置了800万像素的摄像头。消息人士透露,新一代的 iPhone 手机将会采用高通的无线基带芯片。市场调研公司 iSuppli 此前发布的报告显示,iPhone 4 手机采用的是三星电子的存储芯片,以及德国芯片制造商英飞凌的无线基带芯片。截至目前,上述苹果 iPhone 手机的配件供应商均对此报道未置可否。

与其它大型 PC 制造商和消费电子产品的利润率。郭台铭当时表示,“触摸屏设备非常薄。把众多的配件安装到 iPhone 和 iPad 平板电脑当中,确实不是一件简单的事情。我们希望在下半年提升生产率和产量,从而改善公司的毛利率。”

截至目前,苹果北京发言人及鸿海发言人均对此报道未置可否。

自2007年推出首款 iPhone 以来,该产品一直引领着手机产业的创新。苹果在今年4月曾表示,在截至3月26日的第二财季,该公司销售出1860万部 iPhone 手机,较上年同期增长了一倍以上,较去年年底的盛大假日购物季增长了15%。

冰箱技术竞争新突破： 直流冰箱或将面市

本报综合消息 中国家电研究院大家电事业部部长杨超透露说:“目前全国工商联新能源商会和中国家用电器研究院正在联手筹备新能源项目和直流电器,未来也将建设绿色示范社区。新能源将是未来的趋势,由此引发的家电产业变革将是巨大的和深刻的。如果谁能提前做好准备谁将在未来占据更多的主动。”

“未来的冰箱需要做成能够使用直流电源的直流冰箱。”

来自国家信息中心的数据显示,2010-2011年国内冰箱市场增长幅度有所放缓,产业发展方式出现了明显的转变迹象。资料显示,2011年一季度,国内重点城市冰箱销售规模435万台左右,同比增长8.24%,但增幅明显低于去年同期。

杨超表示:“制造业成长的动力来源于技术,营销的增长来自于品牌,企业竞争力的提高来自于创新。只要冰箱人永远记住这三点,将会在任何市场变化面前游刃有余。”

“没有政策以后中国冰箱业就要寻找新的动力来源和增长点。”

近年来,我国冰箱产品的竞争,主要集中在节能和保鲜上。杨超也指出:“近几年,冰箱企业的节能技术发展非常快。例如海尔引进的真空发泡技术让冰箱的发泡层更加均匀,保温性能更好,进一步提高能效水平。”

此外,提高能效水平的技术还有采用真空绝热板、选用高效压缩机、使用无功耗启动器、提高两器效率、提高门封技术和优化制冷系统匹配等等,这些都是十分有效的提高能效水平的关键技术。



3G 业务快速成长

随着全球3G进入快速成长期,中国也开始了3G产业的大规模建设。2007年,中国在10个城市中进行TD-SCDMA扩大网络规模技术试验使中国3G产业在以TD-SCDMA为主要力量的方向上快速起步和发展。2008年4月1日,中国移动宣布在北京、上海、天津、沈阳、广州、深圳、厦门和秦皇岛正式启动TD网络的试商用,中国3G产业加速成熟。2009年1月7日,中国工业和信息化部为中国移动、中国电信和中国联通发放3张第三代移动通信(3G)牌照,2009年成为中国3G正式商用元年。

3G,全称为3rd Generation,中文含义就是指第三代数字通信。第三代与前两代的主要区别在于传输声音和数据的速度有所提升,它能够在全球范围内更好地实现无缝漫游,并处理图像、音乐、视频流等多种媒体形式。相对第一代模拟制式手机(1G)和第二代 GSM、TDMA 等数字手机(2G),第三代手机(3G 手机)一般地讲,是指将无线通信与国际互联网等多媒体通信结合的新一代移动通信系统。它能够处理图像、音乐、视频流等多种媒体形式,提供包括网页浏览、电话会议、电子商务等多种信息服务。

3G 用户总量迈过 5000 万

中国 3G 用户数从 0 到 5000 万,用了 4 年时间。日前,中国移动、中国电信和中国联通三家运营商相继公布 2011 年 1 月的用户数据,截至 1 月 31 日,中国移动、中国电信和中国联通的 3G 用户数累积分别达到 2263.3 万户、1364 万户和 1546.7 万户,三家 3G 用户总数已达到 5174 万户。

为了发展 3G 业务,三大电信运营商砸下近 1600 亿元重金,掀起一波又一波的 3G 大潮。2009 年全国 3G 建设投资

3G 智能手机发展迅猛 2G 市场加速消失步伐

投入。随着中国 3G 用户数量及市场规模的不断扩大,国际手机厂商对 TD-SCDMA 热情不高的现状正在改变,这将在很大程度上加速中国 3G 进程。

2010 年 11 月 22 日,工信部正式启动携号转网试点。根据国际经验,携号转网将改变电信运营业务结构、品牌策略、服务策略等,引发电信业的深度竞争。而从用户的角度来看,携号转网有利于打消用户入 3G 网必须换号的顾虑,能够提升用户使用 3G 的积极性。

3G 鲸吞 2G 传统市场

3G 智能手机正在以迅雷不及掩耳之势发展,蚕食鲸吞着 2G 手机的传统市场。在一二线城市,智能手机和 3G 手机取代 2G 手机的速度越来越快。3G 取代 2G 是大势所趋。现在的中高端用户换机,基本上不再考虑 2G 手机和功能手机,而是直奔智能手机和 3G 手机而去。从运营

UFIDA 用友

热烈庆祝用友 U8v10.0 隆重发布

紧跟时代潮流,把握管理时尚,成就“高效、创新、绿色”的幸福企业

用友软件海南分公司

海口市国贸路1号景瑞大厦A座9楼
咨询热线:0898-66517099

金蝶,企业管理专家

铸就80万家中国企业成功管理模式

Kingdee 金蝶海口分公司

咨询热线: 4008-830-830
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