

家电政策

效应递减已显现

或将进入价格战时代



本报综合消息 家电以旧换新政策将于今年年底到期，家电下乡也将于明年底到期。促进家电业繁荣的几大政策即将到期。

“2009年，我们当时对中国经济形势描述是最为复杂的一年，2010年被定义为最为困难一年，2011年大家突然发现这才是最为困难一年。”近期在家电协会主办的《2011中国冰箱行业高峰论坛》上，中国家用电器协会副理事长王雷说：“2009年中国家电业得益于家电下乡，以旧换新支持。2010年行业还延续着过去的路径依赖。现在行业面临更多障碍和挑战。”

“进入家电行业的后政策时代，家电企业都将面临一个问题：如何让业绩持续快速增长。”业内专家刘荷清说。

三大政策带来业绩狂飙突进

2007年12月，家电下乡政策第一批试点，国家给予下乡产品13%的价格补贴。随后国家多次调整政策，将该政策陆续推广到全国，下乡产品种类从过去的3个增加到10个。产品的型号数量由最初的10个增加到80个，下乡产品的

最高限价也不断提高。下乡政策对家电销售拉动效果立竿见影。财政部公布的数据显示，2008年10月底，第一批试点的三省一市销售财政补贴“家电下乡”产品超过350万台。家电销售量同比增长幅度提高了30%。

随后两年，下乡产品的销售数量成倍增长。2009年家电下乡产品累计销售3767万台，金额达697亿元。2010年全国家电下乡产品累计销售7718万台，销售额1732亿元。2009年5月，国家又先后启动以旧换新和节能补贴项目。据公开资料显示，2009年中央财政安排20亿元资金用于家电“以旧换新”补贴。截至2009年10月底，中央财政已拨付补助资金8.08亿元用于空调节能补贴。空调价格的平均售价由每台3000-4000元下降到2000元左右。

在国家政策激励下，此前三年，中国家电企业踏上狂飙突进的发展快车道。中怡康的数据显示，近三年来，受益于三项家电刺激政策，家电行业均保持每年20%以上的高增长。2007年家电行业一片萧条，企业

前景 或将进入价格战时代

“现在家电市场的小企业太多了，从去年年底家电下乡的招标就能看到。参与招标的冰箱企业有100多个，而成熟市场不可能有这么多种。这个市场必须经历一场大洗牌，就像空调行业一样。”刘荷清称。

中国空调业经过20年的发展，已从最活跃的400多家企业骤减到2010年空调冷冻年度的20多家。

蔡莹认为，家电行业洗牌最直接的信号就是价格战。

数据显示，去年5月到8月期间，冰箱市场的平均价格水平达到行业最低点。去年6月平均价格为2556元，10月开始恢复。蔡莹表示，“从曲线体现的趋势来看，今年5月到8月，行业的价格竞争会非常激烈。”

“今年冰箱的平均价格水平会下降。预计2011年整体冰箱的平均价格将会低于3000元，三门以上冰箱整体平均价格跌落3800元底线，对开门价格回到7200元左右。”蔡莹称。

家电卖场争食“童趣市场”

推相关促销攻势

本报综合消息 今年的“六一”儿童节，除了玩具、图书、童装等传统消费品受欢迎外，各大家电卖场同时推出相关促销活动，争食“童趣市场”。

卖场发动“儿童”攻势

电子书直降100元、点读机享9.5折……近日，记者走访市场时发现，由于近期持续高温，空调、冰箱、洗衣机等夏令产品进入旺销期，商家对于这些产品的促销活动自然非常重视，例如选购指定型号空调可享受100元-250元的电费补贴，选购指定型号冰箱享有100-600元的电费补贴等。

当然，除此之外，恰逢“六一”儿童节，商家自然不会放过这一商机。记者注意到，几大商家都对电子数教类的产品打出了不同的优惠幅度。消费者购买这类产品均享有不同的优惠，购指定型号点读机享有100-150元的优惠，部分型号复读机直降50元，购指定型号



学习机享有9.5折优惠。虽然商家都希望在儿童市场分一杯羹，但记者走访发现，经过多年的发展，儿童家电市场仍然没有形成气候。

综合几家卖场的相关数据来看，虽然相比以往来说，儿童专用的家电特别是电子数教类产品销量环比逐年提升，有的甚至增长了近五成，但就目前上样率来看，儿童专用的家电产品数量仅占到整体家电卖场家电数量的1%左右。

“儿童家电市场和传统家电市场相比，市场成熟度仍有一定的差距。”卖场负责人坦言，从目前儿童家电市场整体的发展情况来看，还是不太乐观，而主要原因之一，就是因为儿童家电的使用者主要是儿童，这让商家对于用户体验的反馈难以把握，以至于难以有效掌握每个消费者使用后

家电节能四大陷阱

家电产品节能身份逐步实施，空调和冰箱等必须贴上能效标识才能上市销售。需要提醒消费者注意的是，个别企业由于在技术力量、资金实力、产品质量等方面没有优势，会在节能热中打擦边球，通过混淆概念、以假乱真等手段来迷惑消费者。为此，消费者买节能家电时要提防四大陷阱。

一、模糊概念 冰箱的日耗电量不但与产品有效容积有关，还与使用环境、门的开启次数、内存物品的数量和种类等诸多因素有关，抛开这些因素只宣传每日耗电量，意义不大。

二、虚张声势 有的企业宣传自身产品有多项节能技术、节能理由，试图夸大节能技术数量来迷惑消费者，但并不说节能的效果，也拿不出权威部门的认证或实验数据。因此，消费者选购节能家电时，不要只看节能技术的数量，而要看是否有节能效果的实验数据。

三、无效的对比 在空调的促销中随处可见一些数字对比，比如购买了一台1.5匹或2匹的节能空调，若按平均每天使用6-8个小时计算，一年就能够节省下1600元-2000元电费，使用两年，节省下来的钱就可以再买一台节能空调。这种数字对比，从表面上看似很有说服力，但却不太符合实际——谁家的空调会天天开6-8小时？

四、误导性的引语 这种对比的目的就是首先使消费者被其误导性内容所吸引，继而产生购买的欲望。比如某离子电视机的广告宣称“耗电量小于普通台灯”，而推广者的解释更是大言不惭：“我们是按等离子电视机一天用1个小时、台灯一天用8个小时来进行测算的。”

我国国家家电卖场应常设家电节能咨询服务台

据日本媒体报道，日本大地震已令其国内电力供应出现巨大缺口。为推广节能家电并强化节能减排环保意识，近日，日本家电连锁BIC相机宣布，将在位于东京都千代田区的乐町店本店设置家电节能咨询服务台。笔者认为，在我国的家电卖场，也应该常年开设家电节能咨询服务台。

本报综合消息 在我国政府及企业的积极普及和推广之下，节能家电的概念逐渐深入人心，越来越多的消费者将环保产品列入购买家电时的考虑因素。因此，对节能家电选购和使用常识进行深入了解的需求也日渐迫切。前不久，曾有朋友在选购空调前向笔者咨询“是不是能效等级的数字越大，代表产品越节能？”而相关调查也显示，虽然能效标识制度已经实施了6年多，消费者对相关知识仍有待提高。

互联网消费调研中心ZDC去年公布的调查数据显示，自2005年正式实施能效标识制度以来，中国市场上的能效标识产品已经涵盖了空调、冰箱、洗衣机等大家电延伸到了电风扇、电磁炉、电饭煲等小家电。但仅有41.2%的被调查者清楚家电能效标识的内容和含义，56.1%的被调查者仅仅是在家电产品机身上见过能效标识，但对其具体含义并未留意过。还有2.7%的被调查者完全没有注意到能效标识。当被问及“几级能效最省电”的时候，有77%的被调查者选择了正确的答案，但也有14.6%的人不甚了解，甚至有8.4%的被调查者选择了错误答案。此外，尽管从2009年6月1日开始推行的节能产品惠民工程是一项推动家电节能发展、利国惠民的好政策，但仅有14.5%的被调查者了解该政策内容，而有24.4%的被调查者则完全不知道这一项政策的存在，另外超过六成的被调查者仅对此政策有所耳闻。这说明，国家在推进相关政策实施的同时，还需要兼顾对其内容的推广和普及。

笔者发现，在家电卖场，企业热衷于打出各种低碳环保口号，“健康、绿色、节能、省电”等成为家电促销的法宝。但是，这其中也不乏节能促销陷阱。比如，产品功率与房间大小是否匹配会对能耗产生较大的影响，因为如果小马拉大车，会造成空调一直处于高频运转状态，不仅不能发挥变频空调省电的特性，反而会更加耗电。但是一些促销员在推销过程中，为了让消费者能够在价格上更容易接受，会向消费者推荐功率偏小的变频空调。

此外，产品节能其实只是节能的一部分，更重要的还是行为节能。消费者在选购和使用产品时，也需要更多地了解相关知识。

BIC开设的家电节能咨询服务台由专业性较强的家电顾问担当，帮助消费者进一步了解空调、冰箱、照明等节能产品，在呼吁和帮助下消费者购买节能家电的同时，也介绍一些家电在使用时有效节能的方法，并提醒消费者及时更换使用年限过长的产品。笔者认为，在中国的家电卖场，也应该设立这样的咨询服务台，以便让消费者更清楚地了解节能产品的消费信心。

八项服务承诺 千万保障资金 苏宁易购在京发布“安心购”服务计划 掀起电商行业服务大战

本报5月30日，苏宁易购在北京世贸天阶广场举办“安心购”服务计划暨奔驰smart幸运用户媒体通报会，祭出“服务”大旗，全面打响电商行业服务大战。并公布了“安心购”服务计划，推出八大服务举措与千万服务保障资金。与此同时，在4月份开展的“注册送奔驰smart”活动幸运用户名单也在发布会上顺利揭晓，并且针对即将到来的暑假，苏宁易购适时启动为期一个月的以“击穿底价，血拼六月”为主题的促销活动，以大手笔、大力度促销活动来回馈消费者。

电商服务行规不明 苏宁易购八大承诺“安心购”

相关数据显示，2010年中国网购市场销售额达到5000亿元，未来的网购市场还将呈现几何式增长态势。但值得注意的是，中国电子商务市场尚处于发展的初级阶段，多种不规范因素导致当前网购市场乱象丛生。产品保障难、配送时效难、售后服务难“三难”现象普遍存在，产品的后续安装和维修问题更是无法顾及，严重制约了网购市场的发展。

苏宁易购此次服务大战概念的提出，给了行业一个警醒。如何让消费者由价格消费转向价值消费，是整个电商行业需要努力的方向。

据介绍，“安心购”服务计划将涵盖八大服务承诺：配送时效——100个城市半日达，220个城市次日达。快速响应——7*24小时服务，60分钟快速响应。售后安装——货到24小时完成安装。产品保障——电器终身免费保养。售后维修——机器故障24小时解决，维修质保90天。诚信服务——价

无需购物抽房款 开启“击穿底价，血拼六月”

苏宁易购自推出了“注册送奔驰smart”活动，引起了网民的高度关注与参与，创造了苏宁易购上线以来网站流量新纪录。会上，苏宁易购公布了全部获奖名单并颁奖，正式聘请他们担任苏宁易购服务监督大使。

暑假即到，苏宁易购将在6月份提前推出为期一个月的以“击穿底价，血拼六月”为主题的促销活动。再度重磅出击，推出“百万房款来就抽”活动。6.1-30日期间，顾客在抽奖页面填写手机号码和订单号参与抽奖，中奖会员可获得苏宁易购提供的30万元房款。此次活动共分为六期，共计180万房款倾情奉送。此外，苏宁易购还将进行多场专题促销活动，还有一批特别采购的低价专供机型，让消费者享受到最为实惠的产品。

空调涨价 “时间窗口”或在端午节后

本报综合消息 6月1日是国家对于定速空调“节能惠民”补贴结束后的第一天，空调的价格是否会普遍上涨？记者走访市场发现，目前，空调价格还按兵不动，不过，业内人士表示，“涨声”或在端午节后响起。

5月底到期 空调节能补贴退场

2009年，为了推广节能空调，财政部、国家发改委统一印发了《关于调整高效节能空调财政补贴政策的通知》，空调厂家每卖出一台2级及以上能效标准的产品，国家给予300元-850元的补贴。而在去年，随着定速空调能效等级的实施，节能空调的补贴标准降至150元-250元，并将于今年5月31日到期。

“我们没有接到空调节能补贴退场的相关文件。”市经发局能源处工作人员表示。在家电卖场，几位空调销售人员说，“节能补贴没有了”。从目前情况来看，持续两年的空调节能补贴政策已经终结。

端午节过后 空调价格或微涨

在赶搭“末班车”的心态下，5月以来厦门空调市场提前火热。记者近日在各大大家电卖场看到，空调促销的广告十分显眼。

市场趋势 变频空调将唱主角

节能空调补贴取消后，一个明显的变化是——变频空调和定速空调的价格差距进一步拉大。业内人士分析称，未来变频空调将唱主角。

此次节能空调补贴的取消并不涉及变频空调。据了解，目前市面上挂式变频空调比定速空调价格高400元-500元，柜式要高近千元。补贴取消后，如果商家涨价，挂式变频空调和定速空调的价格只差200元-300元，定速空调的价格优势不再明显。业内人士分析，节能惠民补贴的终止有利于推广变频空调，变频空调比例将继续攀升。

空气能热水器 三五年内将成市场主流

本报综合消息 “无论眼下在城市家庭最流行的电热水器和燃气热水器，还是借助家电下乡在农村大规模普及的太阳能热水器都将被更安全环保的空气能热水器所取代，而三五年内内有可能成为市场主流。”在日前举办的中国空气能热水器高峰论坛上，中国制冷空调工业协会副秘书长于学顺对于“空气能热水器”这一多数人还很陌生的新事物充满了信心。

所谓空气能热水器又称热泵热水器，是采用制冷原理从空气中吸收热量来制造热水的装置。空气能热水器的耗能有电热水器的25%，比燃气热水器节能50%，比太阳能热水器节能30%。更重要的是，由于工作原理不同，空气能热水器还避免了燃气热水器的中毒事故、热水器的漏电危险，以及太阳能热水器过度依赖天气环境等弊端。据记者了解，不少生产传统燃气热水器的制造商目前已将空气能热水器作为开发重点。万家乐、万和、华帝等今年都已把融合燃气能、空气能、太阳能、电能等多能互补的集成热水系统作为推广重点。另据记者了解，由于空气能热水器的工作原理在一定程度上与空调有相似之处，因此空调企业也争相染指这一产业，甚至有可能成为这一产业的主力军。

美的目前就有19大系列150多个型号的空气能热水器产品，占据了国内25%的市场份额，成为最大制造商。不久前美的还在国内率先完成了首个完整空气能热水器产业链建设，规划要用三年时间抢占全国50%的份额，彻底颠覆目前的行业格局。据记者了解，空气能热水器从2002年开始进入中国市场后发展并不迅速，虽然今年销售额有望突破45亿元，较2003年增长150倍，但在我国每年接近1000亿元的热水器市场中占比仍不足5%。对此，有业内人士呼吁尽快从国家政策层面支持空气能热水器的推广，如对制造企业或消费者给予补贴或优惠政策。据了解，不少发达国家早已制定推广空气能热水器的相关政策。如在美国，居民空气能热水器占总额的30%可以抵个人所得税。在日本，全国截至2009年已累计补贴5.78亿美元。而这些激励政策带来的效果也显而易见：美国约有30%的热水器设备选用空气能热水器机组，日本的热水器设备空气能占比则已达到70%以上。业内人士指出，根据我国的实际情况，采取类似家电以旧换新或节能补贴之类的财政扶持政策应该比较适合空气能热水器的推广。

用友 企业管理软件 用友软件+用友云服务 迈向云端企业 用友云战略 成就亚洲最大、全球领先的企业云服务提供商 用友软件海南分公司 海口市国贸路1号瑞瑞大厦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