

曾经让消费者拍手称快,企业欢欣鼓舞的家电下乡政策已经接近尾声。据悉,山东、河南、四川、广东三省一市首批试点地区的家电下乡政策将在今年11月到期。近日,中国家电协会秘书长徐东生向记者表示:“这三省一市的政策已经有了明确的截止时间。对于全国何时停止还没有明确通知,但优惠政策,商务部和财政部都没有明确通知,但不会太久。”而业界更关心的是,后家电下乡时代,行业格局会何去何从,企业又如何应对?



小企业失去支持 将遭遇洗牌

4年来,家电下乡政策给了小企业、区域性品牌成长的沃土。一直以来,农村消费者对价格敏感而品牌意识不足。在补贴政策助力下,这些小企业借助低廉的价格吸引了不少消费者,赚得盆满钵满。去年就曾有企业对媒体表示,家电下乡给了中小企业一个舞台,一些老品牌和区域性品牌得以起死回生。然而,中国电子商会副秘书长陆刃波指出,中小企业的瞬间繁荣恐怕只是昙花一现。政策结束后,市场可能遭遇一轮洗牌。

“下乡”期间,综合性家电企业海尔、美的等早已将渠道延伸至三四级市场,专门建立专卖店渠道,并将物流配送的触角延伸到全国的大多数县城和乡镇。徐东升表示,4年的家电下乡,让大品牌进入到农民的生活中,使他们的品牌意识逐渐觉醒。

随着下乡政策使命的完结,大品牌与小品牌又重新回到了同一竞争平台,大品牌很有可能对农村市场进行“凶狠反扑”。而小品牌失去“下乡补贴”政策的有力支持后,很可能遭遇洗牌。但与此同时,新的担忧也出现了。若是这些品牌倒闭,那些已售出产品的售后服务怎么办?陆刃波表示,零售渠道原本应承担起售后服务责任,但一些家电下乡的渠

家电企业提前备战

“无补贴”时代

道也随着下乡政策的结束而被取消,所以目前还无法保证能够找到承担责任的主体。另外,也有业内人士建议,遭遇洗牌的品牌可能会被行业龙头企业纳入麾下。这些收购方应负责解决售后问题。

企业呼吁 政策截止时间尽早明确

尽管业内普遍感觉下乡政策已经接近尾声,然而具体结束时间还没有确切消息。徐东升表示,这样一个卓有成效的经济政策加速了家电行业发展的步伐,因此要画上句号会很慎重。一位不愿具名的黑电企业代表向记者坦言,家电下乡政策到底什么时候结束企业心里没底。从家电下乡时代到没有政策的时代必须有个平稳的过渡期,但现在企业根本不知所措。下乡产品要生产到什么时候,比例多大?渠道还要怎么铺设?企业都无法做出很快的判断,所以希望有关部门尽快明确政策截止时间。

这家企业的表态其实也是很多家电企业的心声。青岛一家知名白电企业的负责人也表示,节能惠民补贴叫停的过程是分阶段进行的,家电下乡也应该如此。

据了解,2009年6月,国家开始实施节能空调惠民补贴。对生产企业补贴标准为每台300-850元;2010年6月对补贴额度做了调整,降为每台150-250元;2011年6月政策正式结束。这位负责人表示:“政策的时间节点国家提前就做了明确,企业根据时间调整生产步伐,所以政策结束的时候也没有感觉太突兀。而家电下乡政策到底什么时候结束,一直没有准信,这让企业不知所措。”

候也没有感觉太突兀。而家电下乡政策到底什么时候结束,一直没有准信,这让企业不知所措。”

各类企业提前备战 “无政策”时代

家电下乡政策实施以来,与国产品牌下乡收益颇丰相比,洋品牌可谓营收惨淡。由于种种原因,首轮家电下乡招标,国外家电品牌集体缺席。直到彩电的最高限价标准提高到3500元后,夏普、LG等国外品牌才首次进入家电下乡行列,但竞标产品数量屈指可数。陆刃波指出,这主要是因为洋品牌此前在农村市场网络布局基础太弱的原因;另一方面,4年前的农村市场主要走低价竞争路线,这显然与洋品牌的高端定位形象不符。

但时至今日,外资企业也早已意识到,随着城市市场的逐渐饱和,三四级市场已经是必争之地。一些外资品牌开始下沉渠道,而东芝打了头阵。东芝有限公司商品企划部部长郭玉林告诉记者,东芝电视今年将重点发展三四级市场,未来将使得三四级市场销售量占整个东芝销量的50%。除了这些外资品牌,国内企业也丝毫不敢放松三四级市场。美的、志高、创维等企业纷纷在三四级市场建专卖店。尽管志高集团公关部部长黄通华认为,为拓展渠道优势,专卖店建设已势在必行,和家电下乡结束与否并无太大关系。但业内人士普遍认为,伴随着下乡政策的结束,家电企业在原有下乡市场增建专卖店的行动会更加如火如荼。

业

苏宁8大

1

本报综合消息 近日,海南省以旧换新销售及回收单位招投标工作结果已全面揭晓。笔者从相关部门获悉,海南苏宁电器同时中标国家以旧换新销售及回收企业,此举意味着我省800多万市民可在各苏宁门店享受国家以旧换新家电补贴政策。

惠民政策出台 苏宁率先响应并落实

自从国家的以旧换新政策推行以来,就受到了消费者的普遍关注。据了解,政策的出台有利于拉动内需,扩大消费,为调整内需结构实现良性循环,是发展环保、低碳经济的必经之路,是惠民、便民、利民的一大好事。

苏宁电器为了积极响应落实家电以旧换新措施,更好的将“以旧换新”这一国家补贴政策切实落实到消费者,实现公司该业务推广的合规性,同意公司经营范围增加“废旧物资回收与销售”项目。此举将为消费者带来更便捷、一站式的补贴流程服务。

信息化物流配送平台 苏宁获以旧换新双中标企业

苏宁有关负责人表示,本次苏宁参加销售和回收企业的同时投标,除体现了苏宁在海南销售规模及店面网络覆盖上的绝对优势之外,苏宁信息化的物流配送平台,也是苏宁参与以旧换新回收企业

业投标的“地利”。

笔者在有关部门了解到,据海南省销售及回收企业招投标要求,除了要求应当具有较强的实力信誉良好,销售和售后服务网络健全等基本条件外,还需要投标企业具备与家电生产企业有稳定的产销合作关系,具备较完善的家电送货上门、安装调试、退换货等售后服务体系等补充性要求。苏宁作为家电连锁行业巨头,拥有信息化的物流配送平台,使苏宁在实现销售的同时也有能力保障市内旧家电回收的运输和仓储工作。获中标企业,实至名归。

苏宁承诺

苏宁电器郑重承诺,实施“以旧换新”新政“惠民、便民”被放在首位,在旧家电回收、换购新家电等手续方面也简化了程序,方便市民消费。对废旧家电“统一回收、统一销售、统一补贴集中处理”,保证了废旧家电的环保处理,积极推动家电以旧换新工作,杜绝废旧电器再次流向市场。

据悉,现在去苏宁各门店刷中行、农行、建行、光大银行信用卡,单笔满1500元不但可以享受电器分期,0首付、0利息、0手续费的超值优惠,除了享受苏宁其他优惠之外,还可享受国家以旧换新10%补贴。补贴上限为:电视机400元/台,电冰箱(含冰柜)300元/台,洗衣机250元/台,空调350元/台,电脑400元/台,100%机型参加。

行业罕见 力度空前

格力启动“寻找20年品质见证大使”活动

本报综合消息 继去年格力电器在全国范围内开展“15年品质见证大使活动”后,9月15日,格力再次宣布,值格力电器成立20周年大典之际,将在全国启动“格力空调20年品质见证大使”活动——凡正常使用格力空调超过15年,即1996年11月18日前购买格力空调并且空调至今仍在正常使用的用户,均可以凭有效证件报名参加,成为格力空调“品质见证大使”。其中,使用格力空调年限最长的前20名“品质见证大使”,将颁发“格力空调20年品质见证大使”证书,并受邀参观格力电器总部工厂,参加格力在珠海举办的20周年庆典晚会,感受格力电器20年发展历程。此外,还将获赠“珠海两日免费游”厚礼。

据了解,今年格力电器正式成立20周年,20年来,格力兢兢业业做空调,从年产值不到2000万的小厂成长为年销售额达608亿元、拥有国内外八大生产基地的跨国企业。旗下的格力空调是国家质检总局评比的中国空调行业唯一的“世界名牌”产品,自主品牌远销全球100多个国家和地区,创造了产销量连续16年国内第一、连续6年世界第一的销售奇迹。据格力电器最新的统计数据显示

示,截止目前,格力空调在全球的用户已经突破1.7亿,创下了中国空调企业用户数量的新纪录。

空调的使用寿命一般为8年,而格力寻找使用时间长达15年甚至20年的“超长寿命空调”,这在中国空调行业首开先河。格力电器有关负责人表示,格力走过了二十年的风风雨雨迎来壮大发展,离不开广大用户对格力空调始终如一的忠诚爱戴与拥护。此次活动的目的就是回馈老用户,感谢他们一直以来对格力空调的不离不弃,历经岁月磨砺,同时也是为了展示品质的信心,让更多的用户信赖格力空调。

据了解,为实实在在回馈老用户,此次活动除产生“格力空调20年品质见证大使”外,格力空调全国各销售公司在当地还分别设置了一二三等奖,奖品价值从4888元到2888元的空调不等。据知情人士透露,活动期间,10年以上的格力用户可享受购机优惠。活动力度可谓行业罕见。此次活动报名时间为9月15日至10月15日,历时一个月。报名期间,广大格力空调用户可以用带齐有效购机凭证到各格力空调专卖店报名或拨打海南格力服务热线66752315咨询。

彩电企业共推云电视 是噱头还是真货?

本报综合消息 最近,一种革命性的电视产品云电视引人关注,创维、海信、TCL、长虹、康佳等国内著名彩电厂家纷纷上阵,推出各自品牌云电视。

到底何为云电视?云电视与智能电视、3D电视有何关联和区别?有无真假云电视之分?谁家的云电视更具革命性?消费者对这新概念产品充满着好奇与疑惑,记者进行了一番了解。

五大彩电共推云电视

云电视的爆发集中在今年8月:创维8月18日在北京召开新闻发布会,宣告全球首款云电视上市;海信通过推出个人智能电视之际,也宣告云概念产品上市;24日,康佳推出智能云电视;25日,长虹发布云电视新品;28日,TCL在智能前加上“超级”二字——超级智能云电视上市,赶上8月末班车。至此,我国五大彩电品牌都推出了云电视,彩电厂家都hold不住了。

是概念,还是货真价实?五大品牌不约而同地推出云电视,这些听上去让人有些“云里雾里”的产品,究竟有多少是货真价实?仔细对比这各家上市云电视产品型号,记者发现,各个品牌为了赶上云电视的热潮,都是在老产品基础上推出了一些概念性的技术,基本还没有真正实现市场化。“并不是所有彩电品牌都是有备而来。”一位彩电行业资深人士透露,一些品牌的云电视有跟风炒作嫌疑,无非就是个概念。

怎样辨别真假云电视

如何辨别一台电视机是否真的具有“云”功能呢?

电商彩电专家胡军华接受记者采访时说,云计算是一种资源交付和使用模式,指通过网络获得应用所需的资源,提供资源的网络被称为“云”。在电视上融入云计算技术,通过电视来进行资源的交付和使用,通过网络获得用户所需的资源,这才是真正的云电视。胡军华总结说,云电视应该符合以下四个标准:

- 一是针对每个用户必须拥有一个云端数据库,就像电脑的主机服务器,这样才可以让用户将电视端的内容彻底移植到云端。这样一来,判断是不是云电视,就看你现在看到的电视内容能不能同时在手机、PAD上查看到,如果可以,说明电视内容都在云端,如果不可以,说明电视没有一个云端服务器,也就不是云电视。
- 二是能否支持用户通过手机、电视等多个设备上传、分享甚至转发、评论一些文字、图片、视频、音频等资源,以实现用户和电视之间的互动。
- 三是要有一些专有的服务,比如用户通过电视可以网购,从电视上查看保险信息等。

关于云电视的定义,目前彩电行业尚无明文,但以上三个标准为凭证,用户基本可以辨别云电视的真伪。

中国软件业将

“以点带面,扩散发展”

本报综合消息 “未来中国的软件产业空间布局‘以点带面,扩散发展’的趋势将愈演愈烈。”近日,谈及未来中国软件产业空间演变趋势,中国赛迪顾问股份有限公司软件语言信息服务业务研究中心总经理胡小鹏如是说。

胡小鹏介绍,北京和广东两省市的软件业务收入从2001年全国半数江山到2011年仅占三分之一强,江苏、辽宁、福建等省在地方政府重视下,以各大城市的软件园区为依托,软件产业进入高速发展阶段。特别是云计算、物联网、移动互联网等新领域广阔的成长空间,开拓这些新业态成为各城市大力发展的重点。

“预计各地将从服务、环境、成本

及人才等各方面争相吸引龙头企业的关注,承接转移区域间的竞争会日益激烈。”胡小鹏称。

除了“以点带面,扩散发展”这一趋势外,胡小鹏还认为,东部地区的软件产业将纵深发展,形成一线城市为龙头、二三线城市差异化协同发展的梯度布局。

此外,胡小鹏还预测,中西部地区的软件产业将呈现以中心城市为代表的点状空间布局。胡小鹏是在近日举行的《中国软件产业地图白皮书(2011)》发布会上作出上述表示的,该白皮书由赛迪顾问发布,白皮书总结了国际软件产业分布特点、发展成功模式,分析国内软件产业分布特征及资源特征,对中国软件产业未来的空间发展趋势进行了分析。

面板厂商定价权旁落

积极寻找稳定出海口

7月全球大尺寸面板价格环比下降5%,8月环比再降5%。大尺寸面板价格持续下调,无疑让今年上半年已集体亏损的国际面板巨头们面临更严峻的挑战。

本报综合消息 “面板定价权正在由上游面板厂家,向下游终端厂家转移。”近日,液晶面板研究权威机构群智咨询(WitsView)研究总监李亚琴表示,为扭转面板价格持续下跌以及面板定价话语权偏弱的局面,面板巨头一方面调低产能,另一方面也正在尝试开发面板新的尺寸切割。LGD准备开发36.5英寸面板,奇美电子则瞄准39英寸面板,三星推出43英寸和48英寸面板。

李亚琴指出,面板新的切割尺寸一方面可以让电视终端厂家推出更多差异化产品,另一方面由于电视终端厂家不了解新尺寸面板的成本,毛利空间相比旧产品会更大。

博弈定价权

上述说法已部分被市场证实,三星近期公布了一项面板市场策略“更大一寸”,在中国市场推出43英寸和48英寸

液晶面板。三星电子方面表示,康佳、长虹、海信、海尔等电视厂家已准备在近期推出新尺寸电视。

据悉,过往面板厂家推出的液晶面板尺寸主要是26英寸、32英寸、37英寸、40英寸、42英寸、46英寸和47英寸等。不过,面板厂家开发新尺寸切割是否能扭转面板定价权的不利局面,目前还很难定论。

9月上旬,奇美电子和友达光电公布的8月收入环比7月均增长2%左右,这一增长是建立在中小尺寸面板出货量在大幅增长的基础上,而大尺寸液晶面板出货量仍在下滑。

基于面板市场恶化,LGD和友达光电一再延迟8.5代面板项目的动工时间。“现在中国平板电视市场增长已基本暂停,欧美市场更是呈现负增长。”李亚琴表示,液晶面板市场供过于求的局面,导致面板定价权转移至电视终端厂家,为此台湾面板厂家大幅降低产能,目前产

能利用率仅有65%左右。

中怡康研究总监彭煜指出,包括三星、LGD和友达光电等面板巨头对外释放减产或者放缓大陆面板项目进程,其实是上游面板厂家与电视整机厂家在面板定价权上的一个博弈过程。上游面板厂家希望通过上述动作向整机厂家传递,液晶面板供过于求的局面可能很快就会出现,现在面板的价格已达到低点,电视整机厂家应该赶快进货,否则未来面板就很难有如此优惠的价格。

寻找稳定出海口

“但华星光电和京东方的8.5代线均已投产,而且第四季度将达到量产,这无疑大大削弱了三星、LGD为代表的国际面板巨头的定价权。”彭煜指出,未来面板巨头竞争焦点可能不再是谁的产能更大,而是谁拥有更稳定和可靠的电视整机出海口。

TCL集团、海信电器和四川长虹上半年财报也显示,其电视产品毛利率分别为16.09%、21.62%和18.38%,同比分别增长了1.77、5.38和3.52个百分点。根本原因就在于,面板价格的持续下滑,却直接拉高了国内电视整机厂家的毛利率水平。

中电熊猫家电公司副总经理周坤指出,由于欧美债务危机,导致三星电视在欧美市场的份额大幅下滑。同时,由于自身需求不足,导致三星液晶面板价格持续跳水,这将直接下拉全球液晶面板价格。为缓解面板厂家压力,最上游的康宁也调低了玻璃基板的价格。

周坤也表示,中电熊猫南京6.5代线主要的目标客户就是CEC旗下的冠捷科技和熊猫品牌,而产业链打通至少可以让电视厂家节省3%-4%的成本。此外,京东方也在争取冠捷科技北京工厂的订单,以期巩固自身的下游出海口。

用友软件——房地产信息化解决方案引领者
助力地产企业在售楼、项目、物业、财务管理实现一体化
用友软件海南分公司 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 金蝶海南分公司 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