

## 国产家电悄然告别 地板价

今年一反常态“涨”声一片,以电视、空调为引领者

■ 本报记者 郭畅

按照家电行业的惯例,双11、元旦、春节往往都是家电产品销售的旺季,趁着中国传统节日和电商节的东风促销产品。新年前夕,各大家电厂家均面临着“收官开局”双向压力,因此,通常情况下都会在年底投入促销资源回馈消费者,同时提升销售业绩。

但从2016年全国家电市场价格趋势来看,2016—2017的跨年促销季,国内市场受困于原材料、人工成本、物流费用涨价的“三箭齐发”,不少家电已悄然提价,而市场预测元旦过后大型家电产品可能会集体涨价。

家电行业历来竞争惨烈,消费者几乎从来没担心过家电涨价。但此番汹涌而来的涨价潮显示,国产家电正在告别“地板价”。消费者希望,国产家电涨价的同时,也注重提质,争取做到“质价双飞”。



家电市场涨声一片。本报记者 罗孝平 实习生 王晓娟 摄

### 主流家电品牌集体提价 彩电涨价尤为明显

他尺寸的电视也有不同程度的上涨。

“现在32寸的液晶电视需要1100元—1300元不等,面板是液晶电视的核心零部件,约占电视整机70%的成本,目前面板涨价,所以电视肯定要涨价。”海口苏宁电器营销人员说,目前只是电视涨价,不排除元旦过后其他家电跟着涨价。

以往市面上千元左右的32寸液晶电视如今已难觅踪影,中小尺寸液晶电视整体涨幅在10%—20%之间,其

直在逛家电商场,感觉很多牌子并没有涨价的意思,反而要涨价了,准备买一个60寸的电视,过年和家人一起看春晚,享受节日喜悦。”消费者王先生告诉记者。

国美电器海口店销售人员表示,目前已陆续接到各个厂家的涨价通知,部分畅销尺寸已经需要预订。“元旦是销售旺季,一些尺寸已经货源紧

缺,需要先交订金。”销售人员进一步说。

海口信兴家电某电视品牌负责人也向记者介绍,以前液晶面板在国内一直走薄利多销的战略,现在铜、钢材、塑料、铝等原材料大范围、大幅度涨价,加上产能与供需之间的矛盾以及企业对经营利润的追求,现在不得不通过涨价来消化成本。

### 原材料等成本持续上涨 家电行业或迎洗牌

在客观上是不可避免的,企业无法自身消化不断增加的成本,只能通过上调售价的方式来缓解成本压力。未来家电产品价格或持续上涨,对家电生产企业来说是一个大挑战,国内家电行业或迎来新一轮洗牌。

据了解,2016年下半年,原材料、人工成本等持续上涨,线路板、塑胶硅胶等涨幅超10%,令企业生产成本提

升。不仅如此,面板供应商调整生产线,尤其是韩国三星宣布将关闭占全球大尺寸面板产能4%的G7生产线,导致面板供求略偏紧,令面板价格报复性反弹40%。数据显示,11月份以来43英寸、55英寸、65英寸等中大尺寸电视面板单月平均上涨10%。

不仅彩电涨价“势在必行”,与此同时,美的空调、志高空调、日立家用

中央空调等三家空调厂商也于日前向广大经销商、代理商等发布涨价公函,部分产品的价格最高涨幅将会达到10%。除了上述企业,其他主流空调品牌近期也已作出整机涨价决定。此外,在冰箱企业中,海尔、海信、美菱、奥马等主流国产品牌,都不约而同地加盟提价阵营。显然,提价已经成为主流家电厂商的共识和大势所趋。

### 涨价利于行业良性循环 提质亦迫在眉睫

业内人士指出,此次原材料价格上涨所带来的家电涨价潮还将持续较长一段时间。电器销售实体店迎来涨价潮,那电商销售平台又有何动静?

记者了解到,各大电商平台面对电器涨价潮,推出“平价风暴”战略,他们借助互联网的技术,将数亿会员资料、访问轨迹、订单信息等大数据资

民的价格为电商提供的定制单品打上了“高性价比”的标签,也成为电商对抗家电行业涨价的有力武器。

行业人士建议,电商平台对于销售电器还是应以“去库存”为主,等老款产品库存卖完后,通过销售新的中高端产品达到调整结构的目的。

宏观分析,此番大宗原材料的涨

价,也是在去库存、去杠杆、调整产业结构的供给侧改革的大背景下供需矛盾的一种调整。对于大品牌的家电厂来说,借涨价走上创新和研发的规模化道路,提高产品的附加值和服务来适应市场竞争,从而提高家电行业的门槛,可以促进整个行业的良性发展,有利于提高产品质量和服务水准。

### IT·资讯

iPhone或减产10%  
iPhone7爆出销售疲软传闻



苹果在2016年的末尾重回“世界品牌500强”之首,但今年刚一开始,它似乎就遇上了麻烦。

2016年第一季度,由于库存高企,苹果曾将iPhone产量下调30%。受此消息影响,在2016年的前3个交易日,苹果股价连续下挫,华尔街分析师纷纷调低苹果的目标股价。而今,iPhone7又爆出销售疲软的传闻,据《日本经济新闻》统计供应商数据称,苹果要将2017年第一季度iPhone的整体产量砍掉10%,最新款的iPhone7和7Plus也无法幸免。

日经称,多款iPhone机型减产是因为需求下降,而需求颇高的iPhone7 Plus的产能则因为摄像头传感器短缺而受限。

苹果2016年财报显示,苹果全年收入自2001年以来第一次出现下滑。在2016年财政年度,苹果的销售额达到2156亿美元,净收入为457亿美元,两个数据均低于2015年,2015年苹果的销售额为2337亿美元,净收入为534亿美元。

苹果公司营收出现负增长的情况,主要是由于iPhone市场表现不佳。据悉,iPhone销量已连续三个季度出现同比下降的情况,截至去年9月24日,苹果在第四季度出售4551万部iPhone,2015年同期销量为4808.6万台,同比下降5%。

据华尔街见闻,2016年10月,瑞银分析师Steven Milunovich表示,中国智能手机市场对iPhone 7的兴趣“不温不火”,瑞银中国公司调查经销商发现,iPhone 7发布的销售势头比iPhone 6刚发布后疲软。

Milunovich指出,除了被认为创新不足,iPhone7在华销售的不利因素还有中国本土产平价手机的竞争。

有分析人士对iPhone的销量下滑可能性进行了分析,全球经济滞胀消费需求放缓,中国市场人口红利锐减,iPhone6s最大的亮点在于硬件配置的提升与Force-Touch的应用,苹果虽有品牌优势,但在创新乏力卖点缺乏的窘境下,资本市场与用户都不会为之买单。

### 金立、ViVo 样品抽检上黑榜

2016年12月27日,安徽省工商局公布了近期依法对该省流通领域销售的手机、电风扇、机顶盒、路由器和按摩器具等商品质量抽检结果。其中,金立、ViVo等6组手机样品的“收集消费者位置信息”项目抽检不合格。

安徽省工商局近期依法对阜阳、蚌埠、宿州、安庆等地12家经销单位的19个样本进行抽检,符合要求样本为13个,符合率为68%。

本次抽检存在同一企业多个样本不符合的情况,如深圳市金立通信设备有限公司的GN5001和GN9007两个型号均存在“收集消费者位置信息”不合格的情况;维沃移动通信有限公司的ViVoY937和ViVoY35A两个型号也均存在“收集消费者位置信息”不合格的情况。

安徽省工商局2016年第三季度依法对六安、蚌埠、黄山、合肥等地市场上销售的电风扇进行了质量抽检,荣事达、华生、爱特等三组样品抽检不合格。

本次抽查检验电风扇共20组,其中合格17组,不合格3组,合格率85%,不合格率15%。标称合肥荣事达小家电有限公司生产的“荣事达”牌转页扇、标称浙江省慈溪市观海卫工业园西区生产的“华生”豪华仿古金属电风扇(台扇)、标称上海爱特松立家用电器有限公司生产的“爱特”电风扇抽检不合格。不合格项目主要有:接地措施、对触及带电部件的防护、稳定性和机械危险、噪声。

安徽省工商局2016年第三季度依法对铜陵、池州、淮南、安庆等地市场上销售的机顶盒、路由器进行了抽检结果。其中,TP-LINK、Lenovo等4组无线路由器样品抽检不合格。

## 2016年度科技风云榜发布 海信4K激光电视斩获最佳显示技术突破奖



共取得了217项核心专利技术,由此成为了唯一拥有4K激光光学引擎研发技术和生产能力的企业,在下一代显示技术的布局上占得先机。

海信4K激光电视包括屏幕、主机、音响三大部分,屏幕起到类似幕布的作用,无需电源,没有任何功耗且可以抗环境光干扰,明亮环境下同

样可以观看。由于其使用超短焦技术,其主机基本可以贴墙放置,一般的电视柜也可以摆放。海信4K激光电视还配有一套5.1声效环绕声音响,提供标准、临场、剧场等多个场景模式,还可以在电视关闭的情况下,通过蓝牙连接手机等设备播放音乐。除此之外,海信激光电视还具备健康护眼特点。中国标准化研究院检测数据显示,海信激光电视观看视觉舒适度高于普通纸质阅读百分之二十以上,可谓“比看书更舒适”的电视。

中怡康研究数据显示,电视大屏化是用户需求变化的主流趋势。2016年至2020年,85英寸及以上超大屏电视的年复合增长率为110%,超大屏电视市场即将迅速爆发。目前,海信激光电视已经成为了超大屏电视市场上的绝对主力,据中怡康数据统计,2016年1—10月份,海信激光电视在85英寸及以上超大屏市场的占有率达到42.03%成为大屏电视首选产品。



### 乐视网筹划引入超百亿战略投资

喧嚣之中,乐视网筹款引援一事已经有了眉目。

2016年12月29日,乐视网发布公告,披露了引入战略投资者的最新进展。公告显示,截至目前,乐视网联合贾跃亭、乐视控股已与战略投资者签署了《战略合作框架协议》,对战略合作范围、合作方式、投资规模等要素进行了协议约定。据透露,该事项涉及交易规模预计超过100亿元,相关各方仍需要进一步磋商以签订正式合作协议。

值得一提的是,乐视网在公告中强调,“战略投资者支付了一定数额的诚意金,充分表明了对于本次合作的诚意。”(上证)