

2015年白电发展思考与总结

2015年已然结束,回顾白电行业这一年来的大小事情,2015年的白电行业总体趋势是:行业普降,高端上涨。而政策和技术方面,从能效领跑者制度到家电节能补贴政策的出台,再从技术手段与智能设备从实验室日益走入千家万户……一切定音于2015年末,其中的因素、趋势与演化路径值得从业者进一步思考与总结。

影响中国传统白电发展的因素

首先,经济下滑是重要的背景因素。一方面,定位于中低端的白电产品,受利率波动影响了在欧美市场的销售。因此,中国传统白电外销疲软,出口下跌。另一方面,低端市场的低利润率,也是困扰着传统白电企业的主要问题,我们需要学习三星、华为、博世等企业,增强核心竞争力,进军中高端市场。

第二,中国政府为了拉动需求,放开了改善型住房政策。2015年,部分二线城市、大多数三四线城市房地

产市场增长明显放缓,这导致白电需求总量下滑。同时,由于政府放开了改善型住房的政策,积累了三年的改善型需求释放,导致中高端白电产品不降反升。

第三,互联网与移动互联网快速发展,逐步改变了消费者信息获取渠道,改变了供应链规则。2015年是一个家电行业“价格战”打的异常激烈的一年。当商品的信息不再是秘密的时候,没有个性的产品只有一步又一步地比拼价格,直至走上绝路。于是低端将只剩下几家管理与成本控制达到极致的企业,剩者为王。而高端产品则需要核心竞争力的支撑,体现出产品为王的特征,影响高端产品销售,本质上就是产品本身,绝对不是价格或者渠道。

改善型需求市场空间潜力巨大

2015年白电行业寒冬期持续,年度冰箱产品的总销量为193万台,相比2014年同期降幅为15.4%;销售额

为71亿元,相比2014年同期降幅为14.7%。另有数据表明,高端市场的逆势飘红,今年上半年的冰箱市场单门零售额同比下降26.6%,两门零售额同比下降22.2%,三门零售额同比下降12.4%,但代表高端产品的品式多门(也称为十字多门)零售额实现了247.8%的同比增长。而2015年的洗衣机市场,大容量洗衣机受到追捧,7KG以上波轮洗衣机零售额占比71.8%,7.5KG以上滚筒洗衣机零售额占比为83.7%,都实现了10个百分点以上的同比增加。

这无疑为略显迷茫的白电人带来了一丝曙光。业内人士认为,高端市场逆势上涨反映出家电市场已发生根本性变化,行业增长点将转变为依靠改善型消费拉动。近两年来,由于房地产市场的不景气,加之此前家电下乡、以旧换新等产业政策,刚性消费需求被逐步透支,低端市场已接近饱和。而以不断提升消费者需求为宗旨的高端家电品牌,则更符合中

产阶级对生活品质的追求。

技术创新激发市场活力

技术创新以提高产品的附加值,是企业转型重要方向,但国内消费者仍会选择到国外狂购高端家电产品。平心而论,如何基于产品本身性能进行技术创新,是值得国内家电企业反思与研究的问题。

而就在2015年,国家颁布的两项重要政策即“能效领跑者制度”和“家电节能补贴政策”,则体现了国家对于家电行业节能减排产品制造上的引导。同时,家电行业节能技术也已取得了较大突破,三星独家研发的泡泡净技术,利用泡泡发生器,在常温进水阶段释放丰富泡沫,能够渗透进衣物,深入清洁。而冷水洗更能呵护衣物纤维,同时减少加热的耗电和耗时,让标准洗的时间从74分钟缩短至45分钟,同时比一般标准程序更能省电70%,真正做到环保节能。

智能家电方向,2015年也有大量

的创新成果。海尔的博观智慧窗冰箱,在人体靠近时冰箱门变成透明状态,里面存储的食物一览无余,既方便又节能;冰箱采用多维精确感温,箱体内设7个感温探头,全方位、多角度捕捉冰箱内细微的温度变化,及时调节制冷量,使箱内温差更小、温度更均匀。美的搭载“i智能管理系统”的智能冰箱,可以提供食品管理、营养分析、菜谱推荐、自动报修等智能服务。惠而浦第六感智能保鲜冰箱,搭载物联云服务,引入全新的食品管理功能,能够及时提供食物信息和科学营养的饮食。

近些年来,白电行业虽经历着转型阵痛,但互联网有能力催生出中国家电发展30年来,又一次的蜕变机遇。机遇与挑战并存,能否搭上这趟转型升级的列车,将决定企业未来几十年的发展。在已经到来的2016年,竞争同样激烈,而内部结构调整相信也会更加深化,但这既是挑战也是幸运。

家电圈一周要闻

1、2015年12月26日,广电总局科技司、工业和信息化部电子信息司在湖南长沙举办“智能电视操作系统TVOS2.0发布会暨TVOS2.0产业化规模应用启动仪式”,据悉,官方将强制推广普及这一智能电视操作系统,TVOS2.0要一统“电视江湖”。

2、2015年12月26日,顺德家电O2O商城及顺德互联网产业园同时开园,30多个顺德著名家电品牌入驻商城,也标志着顺德家电抱团推广品牌的一次有益尝试。未来将会被打造成为顺德最大的家电及泛家居O2O体验馆。

3、2015年12月底,中国台湾鸿海精密工业公司提出以3000亿日元(约合161.40亿元人民币)的价格收购夏普全部液晶业务,条件是包括夏普社长高桥兴三在内的现任高管离职,转由鸿海集团的高管团队进驻夏普。卖还是不卖,对现在的夏普而言都是个颇为棘手的问题。

4、2015年12月26日,苏宁控股集团苏宁25周年青春宣言战略发布会充分展现了苏宁年轻自信、充满活力的互联网新形象。张近东表示,苏宁希望为所有的创业者搭建成就梦想的舞台,并宣布苏宁将捐款3461万元帮扶足球1+1、善行者行动、梦想大篷车、互联网+扶贫社区等公益项目。

5、2015年12月27日,韩国移动通信行业表示,SK电讯最近公开的12月智能手机销量资料显示,韩国国内中高端智能手机市场被外国品牌分去半壁江山,三星和LG等国内品牌只能坚守住低端市场。SK电讯将智能手机市场分为最高端配置奢侈高价手机市场、性价比优良的中低价手机市场和无价格负担的低价手机市场。

6、2015年12月28日,微鲸在北京宣布和东方梦工厂达成全面战略合作,成为国内互联网电视企业成功运作国际顶级影视IP第一家。作为《功夫熊猫3》唯一

互联网电视合作伙伴,微鲸不仅拿下电影《功夫熊猫3》在互联网电视端的首播权,还联合东方梦工厂共同推出功夫熊猫定制版电视。

7、2015年12月29日下午,海信医疗在北京举办精准医疗媒体沟通会,会上海信发布了CAS海信计算机辅助手术(Computer Assisted Surgery)和海信外科智能显示系统SID(Surgical Intelligent Display system)。两款产品已经通过了国家十二五科技项目鉴定。在BAT相继介入健康医疗领域后,海信也采用合作方式布局医疗蓝海。

8、2015年12月底,国家质量监督检验检疫总局发布了《缺陷消费品召回管理办法》,2016年1月1日起将正式实施,其中9类家用电子产品可召回。这9类电子产品包括:家用电器、音视频设备、电线电缆、照明电器、电动工具、电器附件、器具开关及自动控制设备、信息技术设备以及电信终端设备。

9、2015年12月29日晚间,四川长虹发布公告披露,公司收到当地财政部门通知,需退回节能家电产品(平板电视)推广补贴清算资金43956万元,且公司目前账面应收到的补贴资金9430.50万元也已无法收回,扣除公司已计提的坏账准备部分,两项合计将导致四川长虹2015年度合并报表减少利润总额为51930.93万元。而公司今年前三季度已亏损49516.52万元。

10、2015年12月底,乐视LePar在中国开设的最南端的生态体验店正式开业,成为乐视LePar项目在2015年的开的最后一家店。乐视方面宣布,将对线下渠道进行持续扩张,并将其作为明年发力的重点。走线上路线的乐视,提出LePar店新型盈利模式,并宣布这一模式雏形已经形成,引发业内对乐视O2O模式的新尝试的广泛热议。



枣庄老字号

六十年风雨历程 铸就今日之荣誉

热烈祝贺

**“抱犊牌”商标
荣获首批枣庄老字号**

山东省枣庄市抱犊调味品有限责任公司是由一九五六年公私合营的枣庄市酿造厂改制成立的国有控股的有限责任公司

产品销售热线: 0632-3306016



艺海楼玉器 传播玉文化的殿堂

艺海楼为您讲解 俏色巧雕

巧雕,又称俏色雕,要求把玉石的天然色泽纹理,巧妙的融合到创作题材中,雕刻出独一无二的作品,起到画龙点睛作用。

最早出现的巧雕作品,是商代妇好墓中的玉鳖。这件玉鳖身躯为白玉质,黑色外皮设计成背壳,使得玉鳖天然有趣,生动活泼。2008年,一枚乾隆御用“古稀天子”圆印在香港以近4400万港元的高价成交。原因之一是利用了籽玉的枣红皮,做成双龙捧乾(乾卦),同时红色又比喻“鸿运当头”。

巧用玉质、皮色确实能起到独运匠心的效果,但要提醒初涉玉器收藏的朋友,不知道玉的皮色是如何被利用的,只是听说有皮的是籽料、好玉,一味地追寻带皮的玉器,这是一个误区。

玉皮长期暴露在籽料的表面,玉质的温润远不如籽料的内部,自古以来雕玉之前,都是要先去除玉皮、缜裂和色泽不好的部分,才能施以工艺。有皮的玉不一定就是好玉,没皮的玉也不一定材质就差。更何况,还有一些无德之人利用低档玉料烧旧作皮,投人所好,牟取不义之财。

俏色巧雕,说到底就是一个“巧”字。巧用料形、巧用颜色、巧施技艺。巧是手法,是构思、是前提,而“俏”是结果、是魔力、是灵魂。只有“巧”得恰如其分,相得益彰,作品才有艺术感染力,才能令观者心领神会,回味无穷。

现在人们对玉的喜爱,是对玉之美德的喜爱,对玉美好品质的向往。不论什么样的玉雕技艺,都是为了更好的表现出玉石的美,玉石的德。我们不能把玉仅仅看做财富,若只注重玉的价值,就无法体会到品玉的愉悦。

**免费鉴定地址:
枣庄市青檀北路102号
免费鉴定电话: 3222288**

艺海楼玉器专营店总经理 李强元