

冰箱行业将拉开下半场竞争大幕



如在功能机时代如日中天的诺基亚,一两年时间就把霸主之位交给智能手机代表苹果等。

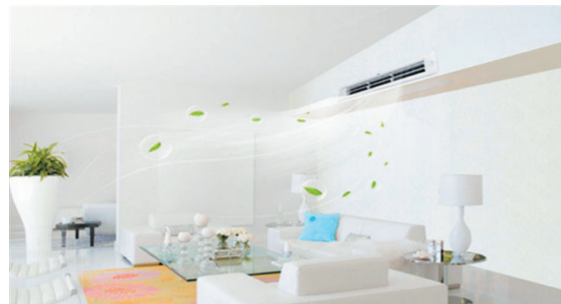
我们来看现在的冰箱市场,整个产品结构也在稳步向最后的产品结构雏形迈进。自上世纪80年代开始发展至今,我国冰箱行业的产品一路升级,单门冰箱从90年代开始升级为两门冰箱。“家电下乡”时期则是三门冰箱的重要普及期。三门冰箱从2007年113万台规模一路增长到2012年826万台,零售量内部占比也从4.7%迅猛提升至25.8%。“家电下乡”结束后,整个市场的增长重心重回城市市场,此时的城市市场则以更新换代需求为主,对冰箱有了更多的诉求,客观导致了冰箱产品的加速升级,将市场的增量重心转移至对开门和三门冰箱。随后对开门冰箱迅速普及,多门冰箱一骑绝尘。整个行业的普及高潮以法式冰箱和十字冰箱热销为标志,让市场产品结构逐步进入成熟状态。因为中国人储存食物具有多样性,这样的特点决定了多门产品是最适合中国人的冰箱。而以十字和法式为代表的传统多门冰箱出现,证明多门已经开始普及并进入成熟阶段,也就是说未来几乎没有可能再出现新的大众主流门体。未来想通过产品结构差异形成自身竞争优势的大门已经关闭了。

同时,作为技术化典型代表的风冷冰箱也已进入了普及末期。其判断依据主要为两点:一是目前两门风冷已出现以170L和190L为代表的机型,代表最低端产品已开始普及风冷。二是低端风冷冰箱的价格已降至2000元以下,这是传统冰箱的主销价格段,这标志着风冷冰箱已经完全放下身段,从最开始的高端冰箱变成了普通产品。即使是这样,现在我国很多中小品牌还没有风冷技术与生产制造平台。如果判断得没错,下一个冰箱市场的主力炒作卖点会是风直冷,但很显然,风直冷的趋势已和大部分中小品牌没关系,因为它是建立在风冷平台的基础之上的。至于变频趋势、能效升级趋势等是不足以改变行业格局的,只是添彩的趋势,而不是要命的趋势。产品趋势红利,以多门冰箱的普及以及风冷冰箱的完全普及为代表,这扇大门关闭了。

综上分析,我们可以很清晰地发现,冰箱这个行业会越来越不好玩,正在逐步由一个“家电下乡”时期的黄金产业变成现今的家电绞肉机行业。行业已开始进入关门阶段,规模停滞、渠道趋稳、结构固化。品牌格局丧失流动性,留给中小品牌的机会越来越少。未来两年将以更残酷的洗牌展开。随之而来的,是行业洗牌后,冰箱行业开始进入巨头角力的下半场。

下半场的操作玩法将和上半场完全不一样。我总结为“和而不同”。在享受规模红利、渠道红利、产品红利的时候,大家主要做的是对于趋势的把握和争夺。其重点在“和”,在“速度”。而在下半场固化阶段,大家则主要做的是对消费者的把握,细分市场的争夺,其重点在“差异”和“不同”。

安装家用中央空调注意事项



比起壁挂式空调和柜式空调,中央空调不仅舒适度高,而且不用占用太多空间,显然是很符合当下的装修需求的。那么,家装中央空调,除了要选好产品和品牌外,还需注意哪些方面的事项呢?我们来了解一下。

家装中央空调注意事项——室内机的安装

- 1.我们知道,中央空调的室内机是安装在吊顶之上的,在出风口位置的选择上,一定要搭配室内风格,在保证出风效果的同时,确保整体的美观。
- 2.中央空调室内机的安装,要以人的健康和舒适度为第一原则,不宜直对沙发、座椅等,同时要远离人群聚集的地方,避免直吹,以免造成人体的不适。同时,还要远离灯带。
- 3.若要在厨房、卫生间安装空调,可以直接引一个送风口,注意不能安装回风口,同时送风口不能直对煤气灶,要避免油烟等。
- 4.室内机的吊装,为避免内机运行与房顶产生共振,要确保离屋顶有一定的距离,同时,机体要保证千分之五的坡度,冷凝水管的安装要注意1%的坡度,确保冷凝水可以顺利流出。
- 5.为保证室内机的干净,需在安装时做好包裹工作,以避免灰尘的进入。安装冷媒铜管需做好通氮清洁和冷却管内工作,并做好铜管外的保温工作,避免能量的流失。

家装中央空调注意事项——室外机的安装

- 1.中央空调室外机位置的选择很重要,要确保安装位置的尺寸符合外机的尺寸,确保周边环境通风,远离热源和油烟,并方便日后的维修工作。
- 2.主机应远离人较多的区域和需要安静的书房、卧室等,以避免噪音干扰,影响到日常的家居生活,还需考虑不影响邻居的生活。
- 3.室外机风扇的出风口要注意与墙体保持一定距离,同时外机与内机的位置不能太远,垂直的距离超过10米,就要安装一个导流弯口。
- 4.室外机运行会产生振动,为减少噪音,保证运行顺利,需要在机体的落脚处安装减震垫。

2017年市场处于上半场关门阶段

现在的冰箱行业,恰好处在上半场洗牌的尾声。用足球行业一句经典解说词来形容,就是留给中小品牌的“时间不多了”。行业处于沉寂期,机会点越来越少,这像极了我们整个社会的发展历程。

改革开放初期,社会经济粗放经营。大家比拼的是速度,是胆略,是跑马圈地。而经过轰轰烈烈的30年之后,整个社会的经济已经取得了长足发展,经济增速在越来越高的基数之下逐步放缓,随之而来的是社会化分工精细化经营,强者利用自己的先发优势强者恒强,整个社会阶层逐步固化。就像长江奔腾万里,泥沙俱下。但当江水的速度放缓之后,泥沙开始按照自身重量逐步沉积形成层次分明的沉积层。

在目前的宏观环境和市场环境下,留给中小品牌的机会越来越少,后进者崛起的情况将很难发生,未来一两年伴随冰箱市场的将是极为残酷的市场洗牌与阶层固化。可能有些同仁认为这个观点危言耸听,但其实不然。正所谓“乱世出英雄”,何谓“乱世”?“乱世”意味着剧烈变化,只有裂变才能带来改变的机会。从大的变化上来讲,能改变行业格局的大变化一共三个。一是行业规模的快速扩张,二是渠道的剧烈变化,三是产品结构的快速升级。而目前来看,以上三种重大机会都在逐步“关门”,消失不见。

冰箱市场难现“家电下乡”盛况

2016年终端表现尚可,尤其是从去年下半年开始,行业出现了一波增长小高潮。中怡康推总数据显示,2016年7-12月冰箱市场共实现零售量1625万台,同比增长11.3%。如果从企业出货端的角度来看,可能比这一数据还高。很多人开始乐观地认为,冰箱行业可能从2016年下半年开始逐步转暖。但是大家从今年4月开始又重新感受到了市场的压力。尤其是“五一”遇冷,又为大家敲了警钟。“五一”期间,全国冰箱零售量为424万台,同比下降6.8%。2016年年末,中怡康对今年冰箱市场做了较保守的判断,预计全年销量将下降2个百分点。我们始终认为2016年下半年冰箱10%以上的增长是一种假象。

我们认为2016年以来的恢复性增长主要有以下因素:第一,房地产支撑。

2016年1-12月,我国商品房面积同比增长率达到22.5%,其最大的特征是去库存,所以2016年现房销售面积超过期房,商品房对家电销售的助力因素被快速传导到市场上,这也是2016年下半年终端转暖的最大原因。第二,空调销售火爆释放了渠道压制的大量资金。空调销售从2015年开始遇冷,行业堆积了大量库存,但在去年房地产和下半年天气暴热两大因素助力下经销商库存问题一扫而光,分销网络释放出了大量的现金流。持有大量现金流的分销网络在下半年冰箱分销不差的情况下,加大了囤货力度。第三,原材料成本上涨预期放大了经销商的压货热情。自去年下半年开始,黑料白料等成本快速上涨,使厂家将一部分压力传导至下游,涨价声此起彼伏。出于厂家调价预期,手握大笔现金流的经销商纷纷调高了进货额度,造成2016年年底行业的翘尾现象。

基于上述三大因素,2016年下半年冰箱市场迅速转暖。但我们一般是从支撑因素和拖累因素两方面对比来判断行业规模的走势。上一轮“家电下乡”销售的巨量冰箱会成为未来几年整个市场的有力支撑因素,但是房地产新政对于销售的抑制,以及未来几年适婚年龄者的快速减少等因素也不能忽视。今年以来,房地产市场调控力度持续加大,截至2017年4月出台调控措施的城市已达45个,一些城市的调控力度也在加码。这为未来的家电销售埋下了抑制性因素。同时适婚年龄人群的快速下降也成为家电需求下降不能忽视的因素。1990年我国新增人口3461万人,而到1999年这一人口数据变成1952万。这意味10年间减少了700多万对新增家庭。因此未来几年拉力阻力都很明显。综上分析,我们判断从2018年年底开始,冰箱市场会进入二次上升期,但是因为市场阻力也同样明显,市场规模很难恢复到“家电下乡”时期的盛况。未来几年行业规模将前低后高,平稳上行,很难出现“美的式”的后入品牌凭借规模大发展而一跃成长为主力品牌的机会。

产品结构升级处于末期

产品结构的快速更迭是品牌格局调整的重大机会。这样的例子不胜枚举。比如,双缸洗衣机的时代属于荣事达,而波轮全自动的时代属于小天鹅。比

本栏目由山东家顺装饰赞助刊登

山东家顺装饰

套装家居 全屋量尺定制

自有房产无租金 保证降低您的消费成本
自备工厂自加工 使您家居质量充分保证

电话: 3051588 客服: 400-618-6169 地址: 建华西路92号(三中西北门对面)



山东省著名商标
山东省十大品牌
山东省调味品行业标准化生产示范基地

炒辣子鸡 还是用抱犊牌专用酱油!

抱犊牌 炒辣子鸡专用酱油 金标特级酱油

- 传统工艺及现代生物发酵技术完美结合
- 纯发酵过程产生的氨基酸态氮含量高
- 天然色、自然味、更醇香

比老抽酱香味更浓
比普通酱油色泽更鲜艳

广告 山东省枣庄市抱犊调味品有限责任公司 地址: 枣庄经济开发区东海路8号 电话: 0632-3306016