

大尺寸电视换机风潮即将来临

大商电器 新玛特会员大献礼

众面板厂商受益

鸿海推出低价 60 寸电视后,大电视蔚为风潮,本土液晶电视品牌奇美(CHIMEI)和明基(BenQ)纷纷推出超大电视,带动面板厂冲刺大尺寸面板,产线动能明年提升 5 成以上,业绩犹如吃大补丸,股价值得期待。

市调机构 DIGITIMES Research 预估,明年面板产品策略将更明确,奇美以 4K 电视面板为主力,大尺寸面板明年市占率上看 50%,友达冲刺平板计算机面板,明年出货量增 2.6 倍。

全球大尺寸电视销售优于市场预期,全球第四季 55 寸至 65 寸电视销售量可望达 200 万台,加上面板产能未扩产,面板供不应求,台湾面板厂、电视品牌厂未来动能看俏。

今年信息月奇美首度展出 84 寸 4K 的 UHD 超高分解析电视,分辨率是目前高分辨率电视的 4 倍,是台湾本土品牌电视中尺寸最大、分辨率最高,目前售价 40 万元新台币,仅日本品牌半价。

奇美品牌事业营运长余泯乐说,今年消费

者换购 37 寸至 55 寸大尺寸电视比重已超过 50%,50 寸以上大电视比重仅 8%,随着大电视降价、欧美流行购买大电视的趋势,明年将出现大电视换机潮,50 寸以上大电视市占率可望成长至 15%以上,换机数量超过 20 万台。

明基大型显示器市场管理部经理杨士良表示,今年电视销售目标 10 万台,至今达成近 9 成,鸿海推出 60 寸电视,明基也将以友达提供的 65 寸面板为主要规格,1 月推出 65 寸大电视,是明年重点产品。(据中国家电网)



如今,很多人都在传往加湿器里加醋,是能预防感冒的“偏方”,据媒体报道,一位姓贺的女士为了杀菌防感冒,尝试着往加湿器里倒了少许老陈醋,没想到适得其反,不但没有起到防感冒的效果,反而呛得一家人头痛恶心,咳嗽不止。对此,医生提醒,往加湿器里加醋预防感冒的方式不可取。

(据中国新闻网)

空调选购如何识别真假价格?

年底各项节日的到来,无疑让各大商场以及家电卖场看见了赚钱的好时节,消费者也敢在这难得的休息日选购需要的商品及家电。在面对家电产品时,我们往往会被其价格所困扰,都说自己的是最低价,可是低不低只有他们知道。

今天,编辑就给大家支招,两招就可搞定,让您在“双节”购物

时更加得心应手。感兴趣的朋友就一起来看看吧。

不怕不识货就怕货比货

购买家电时,我们往往会在这上下浮动的价格搞得晕头转向,在促销员一拨一拨地轮番轰炸后,我们往往会有所心动,不由自主地掏出腰里的钱,买下这个“完美家电”。在这时,我们就要禁得住“诱惑”,一定要价比三家,

在国美,大中以及苏宁这几个卖场进行价格询问,在最适中或是赠品最划算的卖场进行选购。

购买明细要明了

面对如今的家电卖场,在购买后的附加收费项目的一茬接一茬,电视要收支架费、空调要收背板、铜管费,这些都让我们已经觉得购买产品的用户是有苦

说不出,为了这附加费用退了家电不合适,可是买了又觉得自己委屈。

延保也是近期家电卖场推得很火的一个项目,而究竟我们消费者有没有真的花小钱买划算?我们一定要详细地了解产品的保修条例,按照个人需要进行后期的投资。

(据万维家电网)

**全国连锁
大商电器**

您一辈子放心选择

地址:千盛百货负一楼(一店)
新玛特六楼(二店)

(张海申)

“出口价不到 600 元,国内售价却高达 3000 元以上”,格兰仕抛出的国内滚筒洗衣机暴利言论不但让消费者吃惊不小,也立即在行业内引发反弹。中国家用电器协会迅速作出回应——

格兰仕“洗衣机暴利说”引用的数据失实

“出口价不到 600 元,国内售价却高达 3000 元以上。”中国家用电器协会 4 日迅速作出回应,称格兰仕引用的数据完全失实。

事件起因:格兰仕抛出暴利说

3 日,主做微波炉产品的格兰仕宣布进军洗衣机领域,并推出一款定价仅 999 元的滚筒洗衣机。

格兰仕称,市场调查机构奥维咨询提供的数据显示,目前滚筒洗衣机的出口均价为 95 美元(约合 592 元人民币)。格兰仕新闻发言人陆骥烈据此表示,国内的滚筒洗衣机售价动辄 3000 元以上,存在极大的利润空间。

奥维咨询副总经理韩昱也表示,就波轮和滚筒两种类型的洗衣机而言,同样的配置,滚筒的制造成

本约比波轮高 35%,但到了零售端,滚筒的平均售价却高出波轮近 80%,造成这种现象的原因是竞争不充分。

协会反驳:出口均价数据失实

针对格兰仕提供的上述数据,中国家用电器协会 4 日发声明称其完全失实。

家电协会在声明中表示,根据海关提供的出口数据,今年 1 月-9 月,我国累计出口全自动滚筒洗衣机 525.5 万台,累计出口金额 118750.9 万美元,每台平均出口价格为 225.9 美元(约合 1407 元人民币)。这 225.9 美元的出口价格也只是产品的离岸价格,并未包含运输、零售、税收等方面的费用,与国内市场的零售价格不能直接做比较,这

样的比较是误导市场。

记者登录百思买美国网站以及亚马逊美国网站发现,其在售的三星、LG 等品牌滚筒洗衣机售价与中国市场无明显差别。

同行看法:格兰仕有炒作之嫌

对于格兰仕推出超低价的滚筒洗衣机,合肥三洋董事长金友华评价称:“在家电行业,洗衣机是最复杂的产品,其次是冰箱,我认为 999 元的洗衣机有炒作之嫌,如果都卖到这样一个价格,我想不是我死,很有可能是先卖这个产品的企业死掉。”

家电行业资深人士陆刃波表示,低价只是冲市场的一个手段,并不能成为消费者选择购买的决定因素,“价廉还要物美,在品质上要有

保证,就像买汽车,几百万元可以买一台,两三万元也可以买一台,就看消费者对品质的注重程度了。”陆刃波认为,目前家电市场格局已不像十几年前格兰仕靠低价就能挤走其他品牌的时候了,“在洗衣机市场,格兰仕再次拿出低价的市场策略,可能有利于其打开一个新的市场,但很难对目前的市场格局形成冲击”。

行业揭秘:半数利润被卖场抽走

国内某大型白电集团一位不愿具名的高管向记者透露,在目前的家电行业,毛利(销售价格减掉出厂价格)最高的是吸尘器、加湿器等小家电产品,以及吸油烟机、灶具等厨卫产品,两者的毛利率在 50%左

右;空调、冰箱和洗衣机等白色家电的利润也还可以,其中冰箱和洗衣机的毛利率在 30%左右,空调在 20%左右。家电产品中毛利最低的是彩电产品,一般在 10%以内。

该人士还指出,在中国的家电市场上,毛利并不能全部落入厂商的口袋,连锁家电卖场要从中抽走大部分。以售价 1 万元的高端洗衣机为例,厂家毛利率为 30%至 35%,渠道卖场抽走其中约一半,厂家最后落袋的是剩下的 10%至 15%。按 1 万元的零售价格计算,厂家最终得到的是 1000 元至 1500 元的毛利,而售价在 3000 元至 7000 元的低端洗衣机厂家毛利则是每台数百元。

(据中国新闻网)