

9 月智能电视将大混战

电视业“起死回生”

9 月的智能电视市场酝酿着一场大“混战”。继联想、乐视后,小米电视的神秘面纱可能在本月揭开。传统电视则纷纷借助“触网”回击搅局者。9 月 2 日,康佳推出一个彩电线上品牌——KKTV,TCL 在 9 月 3 日宣布与百度旗下爱奇艺合作,推出电视产品。在 IT、互联网企业扎堆进入的刺激下,电视业似乎正摆脱“电视将死”的悲观,摇身一变成为了朝阳行业。

康佳 KKTV 只在线上销售,将发布的两款产品都主打低价策略。55 英寸的 4K 超高清电视,售价 6666 元,除了其官方电商平台,9 月 9 日起,消费

者还可以在京东商城预订。39 英寸 4K 超高清电视售价 3333 元,将于 10 月销售。目前市场上,合资品牌 55 英寸高清网络电视价格在 11000 元至 15000 元之间,国产品牌的价格也接近万元。“线上销售比价比得最凶,压力也最直接。”康佳集团总裁刘凤喜说。

同为传统电视企业,TCL 早在去年就和腾讯有过多次合作。3 日,TCL 和爱奇艺推出 TCL 爱奇艺电视 TV+, 产品 9 月 4 日零点在京东商城开始首批发售。

近半年来,国内电视产品的发展速度超乎了所有业内人士的想像,小米、乐视、联想都有了实质性的动作,

产业竞争的烈度急剧提升。

刘凤喜表示,“跨界者的涌入不是坏事。说明彩电产业有生命力;有新的思维、工作和竞争模式;彩电产业收获了眼球关注,吸引了消费需求;拓展了彩电产业的疆域,线上、互联网带来的巨大的经营效果。”

康佳集团总裁助理兼多媒体事业本部总经理林洪藩称,彩电是典型的规模效应行业,因此跨界者谈不上颠覆,顶多是搅局。有数据显示,从 2012 年到 2015 年,智能电视复合增长率将达 41.6%。电视行业仍然有巨大的增长空间。

(刘映花)

电路器件存安全风险 “博西家电”召回洗碗机



日前,博西家用电器(中国)有限公司向国家质检总局报告,将自本月中旬起对 1999 年至 2005 年期间生产的西门子、博世品牌洗碗机进行“产品维护”。

据了解,这两个品牌的相关产品因一个电路器件有可能发生过热并在极个别的情况下可能发生起火,存在安全风险。博西家用电器(中国)有限公司将为所有受影响的消费者提供两种解决方案。一方案为安排经认证的技师上门免费修理受影响的机器以解决问题。另一个方案为受影响的消费者提供现金返还,消费者可以选择购买新的西门子洗碗机取代旧产品,并获得购机发票金额 20% 的现金返还。

翟维鹭

节能补贴新政中秋前有望出炉

基本敲定采取温和刺激方式 补贴规模或不超 100 亿元

“中秋节前有望出炉,国庆正式实施的可能性比较大”,针对备受关注的家电节能补贴新政——能效“领跑者”制度,权威消息人士向记者透露,目前补贴细则正在制订当中,基本敲定采取温和的刺激方式,补贴金额不超过 100 亿元,规模远小于此前的节能补贴政策,就连补贴型号、规模也将受到限制,补贴的形式也将是直接补贴给企业,“终端产品的价格不会产生太大的波动,预计不会对市场销售造成明显影响”。

单一产品补贴水平提高

“近期发改委、财政部等牵头部门已就相关问题展开了讨论,方案的细则有望在中秋前出炉。”上述消息人士表示,10 月 1 日,变频空调、平板电视、洗衣机、吸油烟机、热泵热水器等共 5 类家电产品的能效新标准将正式实施,补贴新政极有可能与这些能效新标一同落地。

在补贴的细节上,这位人士指出,总体来说,方案敲定温和刺激方式,“控制补贴的产品型号、数量、规模,条件比较多”,补贴金额与节能补贴政策的 265 亿元相比也将大幅降低至不超过 100 亿元。

不过,单一产品的补贴金额则可能突破此前的补贴水平。节能补贴政

策中,最高补贴金额不超过 600 元。此外,补贴新政实施的时间也不会像之前的政策那样一年就退出,“是一个长效机制”。

对终端价格影响不大

对于新政带来的影响,市场普遍认为不会对终端销售产生明显的作用,“享受补贴的产品可能动辄上万元,几百元的补贴看不到什么效果。”一位彩电企业高管认为。

在市场需求上,兴业证券姚永华则认为,从《关于加快发展节能环保产业的意见》的表述来看,我国实施“领跑者”制度并不会采用对终端市场进行直接补贴的方式,而是可能参照日本在企业端对企业研发进行补贴等间接的方式。因此,能效“领跑者”制度可能不会对家电整体需求产生拉动作用。

格兰仕副总裁陆骥烈预计指出,能效“领跑者”制度对企业加大研发投入、提升品牌美誉度有正面引导作用,但由于补贴规模较小,也可能会对高能效产品的普及形成一定阻力,“不排除一些龙头企业抬高龙头产品价格,新政还需考虑产业导向与市场行为之间的磨合,避免形成曲高和寡的局面”。

据记者了解,能效“领跑者”制度起源于日本。这一制度是按照市场上

销售的电视机、冰箱等产品当中效率最高的产品性能设定为该类产品的 5 年后的能效目标,敦促企业为实现这一目标而努力。

“日本实施能效‘领跑者’计划主要责任方在制造企业,且过程中企业更多的是受到约束而非激励。该计划在日本实施期间,带来了行业重组和企业撤出。”姚永华指出。因此,各细分行业龙头由于在研发实力、技术储备上处于相对领先地位,再加上“领跑者”制度实施带动的资源集聚,将长期受益该政策的实施。

家电销售仍明显下滑

记者了解到,今年 6 月开始,包括节能补贴、以旧换新、家电下乡在内的家电产业刺激政策悉数退出,家电行业迎来政策“空窗期”。由于前期政策透支了市场,各家电产品销售出现了明显的下滑。

奥维咨询监测的 8 月 19 日~25 日期间的销售数据显示,平板电视总体监测零售规模 18.8 万台,销量同比下降 43.7%,环比下降 12.6%;冰箱零售量为 14.0 万台,环比下降 25.7%,同比下降 5.8%;洗衣机零售量为 9.9 万台,环比下降 13.9%,同比下降 26.0%;空调零售量为 10.0 万台,环比下降 50.6%,同比上升 14.2%。

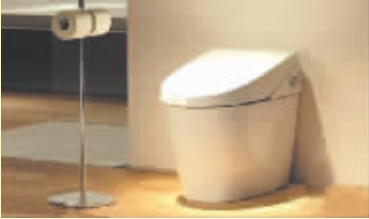
(刘新宇)

千奇百怪！让人意想不到的日本新奇家电

家电是与人们生活非常密切的产品。在家电领域,各种各样大大小小的功能各异的家电触及生活中的每一个角落,帮助着人们享受生活,为人们提供了许多便利。怎样的家电算得上新奇?是功能新奇?还是外观新奇?又或是它能在平常家电功能的死角发挥着大作用?

做新奇家电,日本人那种奇异的创意思维发挥得真是淋漓尽致,下面带来几款日本新奇家电的介绍。

东陶全自动电子坐便器



这款东陶(TOTO)是一款“人工智能”的产品,将智能、洁净、节水与静音完美统一。

点评:东陶是卫浴领域的大品牌,品质的高贵也伴随着不菲的价格。目前这款坐便器售价是 30000 元左右,对生活有着高要求的高收入人群而言,全自动坐便器是一个比较合适的选择,既能彰显生活品质,也能为自己享受美好生活提供一个载体。

GreenFan Cirq



一般来说,风扇都是在夏天用的,不过今天要介绍的这款风扇有别于常规,是专门为提供暖气的房间准备的。

点评:在冬天寒冷的室内,GreenFan Cirq 不仅会促进空气的循环,它造出的风也更为分散、柔和,可以创造出更为理想的室内温暖环境,而且相比传统风扇的耗电量,这款风扇更是有让人可以忽视的耗电量。对于冬季需要使用供暖设备的家庭来说,可谓再合适不过的选择。目前这款风扇的价格为 2000 元左右,作为风扇产品,这个价格确实有点高。

触摸式 LED 调光灯



以往的 LED 灯一般都是以旋钮,或是按键来调节亮度的。Clione 也是一款可调节亮度的 LED 灯,但是调节的方式却是触摸式的。

点评:独特的交互设计,更多的人文关怀,又或是温润的冷色调灯光,还是优雅高挑的外形,丰富的功能,这些都会成为人们选择它作为光源之一的原因。你动心了吗?

GreenHouse 罐装啤酒打泡器



针对罐装啤酒,日本推出了一款罐装啤酒的打泡器,它的出现为喜欢罐装啤酒的人们带来福音啦。

点评:目前这款罐装啤酒打泡器在日本的售价是 2980 日元(约合人民币 187 元)。炎炎夏日,吹着小风喝着小酒,岂不乐哉。风味独特的泡沫啤酒就在这里,等你来带回家。

双鸟电动美甲器



使用这样一个电动美甲器,能较好地控制自己的动作,瞬间提升修甲水准。

点评:相信爱美的女士看到这个电动的美甲器都会有点动心吧。简单易用效果好,功能全面,轻松拥有美丽指甲。目前双鸟电动美甲器售价在 150 元左右,各位好老公好男友,可以考虑买一个送给你的另一半。(敏 华)