

家电新标准执行后

5 类家电效率或提高 15%

根据中国标准化研究院预测,家电新标准执行后,5类家电平均效率整体将提高15%左右。行业专家预期,新标准出台将对家电行业现有产品结构、技术、规模、渠道等各方面造成巨大冲击,行业将面临一个新的“洗牌期”。

“这是一个行业健康发展必然经历的阶段,新标准的出台刺激并且加快了这一进程。”IETC相关负责人称,新能效标准的实施不但有效调整产品结构,使设计与生产理念往节能倾斜,而且能对整个产业生态进行调整。那些难以达到新能效标准的中小企业则面临技术及成本难题,随着竞争差距的拉大或将遭

到淘汰。而家电行业的领导企业,因其节能技术具有明显优势,在新能效标准实施中则处于更有利的竞争地位。

值得关注的是,吸油烟机和空气能热水器的能效标准是首次制订并实施。此前,这两个行业缺乏统一的能效标准,且业内厂商实力参差不齐,有的产品存在严重的质量问题,如空气能热水器能效虚标、低温机频繁死机,甚至以二手压缩机以次充好等。

如今,选择质量过硬的产品已经成为消费者购买的首要标准。虽然对普通人来说,吸油烟机能效等级的具体规定有些复杂。但今后选购吸油烟机时,能效

等级标注将成为我们衡量吸油烟机综合性能最简单最直观的参考。因为,能效等级越高,产品吸排烟性能就越出色。需要注意的是,吸油烟机的实际使用效果不仅取决于产品的自身性能,还同安装位置、烟道长度及走向以及公用烟道设计等因素有关。

记者注意到,新标准的实施对空气能热水器、抽油烟机这两个行业的影响不是很大,价格变动不大。业内人士认为,新出台的能效标准,填补了这两个行业内统一标准的空白,而那些不符合新标准的产品和企业势必会被淘汰,整个行业也会迎来一次大洗牌。(据中国工业网)



游客们正围坐在富士康自主生产的电视机富可视前围观。唐钰炜 摄

富士康欲脱“代工”外衣

苏州电博会推自主电视机

一直以来,富士康给人的印象就是海外电子产品在中国的“加工点”,这让“代工”成为了富士康的专属代名词。不过,10月19日,在2013苏州电子信息博览会上,富士康展出了一款名为富可视的自主电视机。这让人不禁猜测,在台企纷纷需要转型的时期,富士康是否也想脱掉“代工”的外衣。

19日,在富士康的展会现场,各种各样的电子产品因为促销吸引了众多参观游客。仔细观察这些电子产品,游客会发现这些产品的品牌五花八门,之所以摆在富士康的展区,只是因为它们都是有富士康代工生产的。

不过,相比于这些小型电子产品,一旁名为“富可视”的电视机显然更吸引大家的眼球。一位来参观的朱小姐说,之所以被吸引,一方面是自己第一次听说富士康自己出产品,另一方面是想看看这边的电视是否比一些主流品牌电视的价格低廉一些。(据中国新闻网)

形象宣传 节能家电“敞开肚皮”迎观众



近日,在北京一家电卖场,记者看到,售货员在一台“打开”的节能热水器前向顾客介绍。为了更形象地宣传节能家电,让顾客更直观地了解节能家电的原理,厂家特意把热水器内部展示给消费者。

董芳忠 摄

格力投资 50 亿元筹建湖南最大家电生产基地

格力电器是全球最大的专业化空调生产企业,空调产销量连续7年居世界第一。计划投资的格力电器综合生产基地项目拟用地约1200亩,总投资50亿元,项目将建成湖南最大的家电生产基地。项目还将带动湖南家电配套企业重组和国内、国际先进家电产业配套厂商的进驻,预计带动的家电产业原材料生产和设计、组装、包装、物流等次生年产值将超过200亿元,从而为长沙乃至湖南工业增添一个新的产业集群支撑。

格力在宁乡经开区已经投资两个项目,分别是绿色资源再制造基地与中部区域销售中心。目前绿色资源再制造基地已建成投产,年处理废旧家电达120万台,年处理废旧车辆2万辆,是全国再生资源行业标杆项目;中部区域销售中心是辐射半径500公里、服务1亿人口的格力全线产品物流中心,涵盖物流、仓储、销售和售后服务等业务,今年年底正式投入使用,将打造成中部地区最大的集产品发布、展示、定价等于一体的家用电器销售物流中心。(岳冠文)

2014 彩电市场规模或微降 线上占比超一成

2013年还有不足10周,据奥维咨询预计,今年整体彩电销量4672万台,同比增长10%。而2014年,经过经济深度调整,产业结构将升级,彩电市场趋于平稳,规模或将微降2%,至4564万台,其中,线上渠道551万台,占总体市场12%。

今年四季度,奥维方面的预测是,彩电销量将达到1272万台,同比下降2.8%;其中液晶销售量1207万

台,同比下降1.5%。

业内人士分析称,2013年上半年彩电市场的高速增长透支了下半年及2014年的需求,在今年十一黄金周期间,彩电市场甚至出现了十年来罕见的同比下滑局面。

但奥维分析师刘丽娜指出,随着国内企业在上游产业的布局、产业中心向国内转移,目前,彩电企业的经营压力已经得到了极大缓解。

“曾几何时,家电企业的负责人时常感叹:卖彩电不如卖白菜。这说明核心技术和资源不在自己手中时所面临的窘境。而目前国内主要的高世代线共有4条,未来规划将达到12条,中日韩各大面板厂商基本都有参与,全球TFT(薄膜晶体管)产业重心正在向中国转移,未来前景光明。”刘丽娜说。

(王德祥)

洗衣机高端产品增长显著

海尔领跑品牌格局

2013年洗衣机行业整体转入了深度调整期,主要表现为产品结构变化明显。9月底,在北京举行的“2013中国洗衣机行业发展高峰论坛”上,行业专家与企业代表共同讨论2013年洗衣机未来发展趋势。各方专家均肯定了以滚筒、大容量等为特征的高端洗衣机为2013洗衣机市场的一大亮点。

《2013年度中国洗衣机市场白皮书》显示,2013年1-7月份高端洗衣机销售量、销售额分别增长了34.82%和35.99%,在洗衣机市场占比中连续三年走高,2013年占比达到30.81%。另据中怡康数据显示,1-7月份,作为行业领头羊海尔洗衣机的中高端洗衣机销量占比更是达到了37.5%。

从上半年市场表现突出的几款产品看,这一趋势体现的尤为明显。以海尔水晶滚筒洗衣机为例,因集大容量、滚筒、智能等优势于一身,赢得了较好的市场反响。据了解,这款洗衣机采用行业先进的S-D plus芯变频技术,精准掌控洗涤过程,可以依据衣物重量、水温等多项参数智能添加洗涤剂。同时,针对羊毛、真丝等娇贵面料设计了专属洗护程序,洗净污渍的同时能呵护衣物纤维。

《白皮书》同时显示,目前行业品牌的集中度相对较高,销量排名前三的洗衣机品牌共占据60.02%的市场份额。海尔等品牌在高端化、智能化等领域的持续技术创新,拉动了行业整体的技术升级和产业革新。

(据国家电网)

美的冰箱用科技打造话语权

刚刚过去的9月,对于美的冰箱而言可谓“三喜临门”。在短短一个月内,美的冰箱在第53届德国国际消费电子展(IFA)、2013年度韩国GD工业设计大赛(Good Design Selection)等多个国际场合,接连斩获IFA“2013年度工业设计创新奖”、IFA“最具创新力家电品牌”、“韩国GD工业设计奖”等3项国际大奖,一时成为国内外媒体和同行热议的焦点。

一直以来,美的冰箱在技术创新上持续发力,专利申请量和专利授权量逐年增长,企业市场影响力也随之不断提升。统计显示,仅2013年1月-9月,美的冰箱事业部申请发明专利471件、实

用新型396件、外观设计124件、PCT5件,共计996件;获得国家发明专利授权123件、实用新型256、外观设计154,共计533件。同时,美的冰箱还荣获合肥市知识产权示范企业、知识产权运用能力培育工程企业、2013年度安徽省核心专利产业化项目等荣誉。

尽管在外界看来,美的冰箱进入国内冰箱市场的时间较短,但这丝毫不影响其在国内家电行业的“跨越式”扩张。在短短10余年的时间里,美的冰箱成功实现了品牌的华丽蜕变,个性化、人性化、创新性的产品设计,差异化、精准性的定位与营销策略,让其在竞争激烈的高端市场上屡拔头筹,市场销量不断攀

升,更让低能耗的高端冰箱纷纷走进寻常百姓家,引领了新一代冰箱健康消费理念。

一位长期关注冰箱行业的专家认为,随着美的冰箱创新能力、经营管控能力、资源整合能力、资本运营能力等核心竞争力的同步提升,美的冰箱的品牌实力跃上一个更高的台阶。未来,美的冰箱将在冰箱市场上大展拳脚,推出更多节能、环保、智能、时尚、创新的冰箱产品,在中国企业从“中国制造”走向“中国创造”的过程中,以自身技术优势积极推动国内家电行业的转型升级,不断提升中国品牌在世界上的“话语权”。

(刘鹏省)