



2010中国家电产业 三大关键词盘点

关键词一:节能

虽然我国冰箱企业节能技术不断提高,冰箱能效水平日益先进,但我国出口欧盟的产品主要还是低能效级别的产品,其中达到欧洲B级能效的产品占50%—60%,A级的占10%—15%,A+级的仅占5%。如果我国企业不尽快提高生产能力,将有大部分的冰箱企业和冰箱产品被拦在欧盟的大门外,欧盟Erp指令对我国冰箱出口的影响是巨大的。

国内市场,2010年12月1日起,《平板电视能效限定值及能效等级》、《家用和类似用途微波炉能效限定值及能效限定等级》将实施,这是继洗衣机、空调等产品之后,家电业又一次推行能效准入制度。从12月开始,国家相关部门将陆续对卖场在售和

库存的两类产品进行能效测评,从2011年3月1日开始,卖场中的彩电和微波炉产品会按照国家要求统一贴标。相信很快国内主要家电产品都将进入能效准入制度,家内家电节能步伐进一步加快。

关键词二:白强黑弱

白电,今年9月份上市家电企业的半年财报陆续出炉,各上市家电企业在家电下乡、以旧换新、节能补贴等国家利好政策的驱动下,捷报频传,大幅盈利。尤其是白电行业增势明显,海尔、美的、格力等巨头净利润增长率基本都在3成以上。

白电巨头纷纷亮出上半年成绩单,涨势疯狂。高位持续的盈利率再次显示出白电行业一片大好的发展形势。

黑电,相比于白电行业的疯

狂,处在CCFL向LED转型期的黑电企业,上半年的报表却显得低调了许多,过往一度强势的黑电企业一度出现了亏损。

关键词三:家电网购

家电网购逐渐成为城市青年消费人群最为主要的家电消费途径之一。国美、苏宁等传统大渠道也在纷纷搭建网购平台。

据市场相关人士预测,2011年中国家电网购与往年最大的差异,将表现在黑、白大家电上面,目前家电网购主要是以小家电为主,但随着消费者消费观念以及网购商服务的进一步提升,大家电网购将会有更大的发展空间。



家电使用安全 避免过多辐射

一般来说,在相同的工作强度下,家电工作频率越高,对人体的辐射作用越明显。

一、超低频家电(额定50赫兹)

电动剃须刀、吸尘器、洗衣机、电熨斗、咖啡机、加湿器、电吹风、空调、电饭煲、电磁炉、搅拌机、电热毯、日光灯、电冰箱等

安全提示:使用时间越短越好。

电动剃须刀、电吹风这些与人体接触较为紧密,又会经常使用的小家电,每次使用时间越短越好,开启和关闭电源时尽量离身体远一些,最好将电吹风与头部保持垂直。否则,时间长了,很容易感到头晕脑涨。

吸尘器、加湿器在使用中要远离身体。实验表明,与吸尘器保持70厘米以上,加湿器为1米以上的距离,辐射量最小。电熨斗最好把温度一次加热到位,用一会再继续加热,千万别一边加热一边烫衣服。

二、中频家电(3兆赫以下)

电视机、电脑

安全提示:离得越远越好。电视机的工作频率为几百到几千赫兹不等,而电脑则相对较高,尤其是台式电脑。台式电脑主机的后、侧面辐射较大,最好不要敞开机箱使用。笔记本电脑辐射集中在键盘上方,最好使用外接键盘。

三、微波频段(30-30000兆赫)

手机、微波炉

安全提示:尽量少用。手机使用频率非常高,其辐射强度也很大,工作频率为1800-2000兆赫。微波炉的工作频率在915-2450兆赫之间,辐射较大。

使用手机时,应尽量少打电话,电话通后再接听,建议多用耳机。

微波炉的微波辐射,会扰乱中枢神经系统,造成头痛、头昏、记忆力减退、失眠等情况。所以在使用时,人体一定要距离其半米以外,眼睛不要直视,同时平时还要注意清洁炉内卫生。

电视被赋予更多功能 我们需要啥样的电视

电视这个物件出现在国人的生活中,不过也就二三十年的功夫,从14寸的黑白小电视,到黑白电视前放一块彩色板,到早期的彩色电视,很长一段时间,集体看电视是社交活动的重要内容,全家人坐在一起,嗑瓜子、吃水果,追热门剧集,看春晚守岁,电视见证了许许多多快乐而又难忘时光。

近十年,电视在人们生活中的地位,被更丰富多彩的娱乐生活和网络所挤占,可以去运动唱K逛街,电影院里看大片,或是抱着电脑上网聊天,浏览网页,在线

视频,网上购物,而电视的功能也一样能够通过电脑网络实现,在很多人,尤其是年轻人的家中,电视已经沦为客厅里一件可有可无的摆设。

电视要如何重新将人们拉到它的面前,重新成为家庭生活的中心,重新吸引年轻消费群体的注意力,是如今的彩电厂商需要以及正在考虑的问题。刚刚结束的美国国际消费电子展上,各大彩电企业展示的未来技术产品以及趋势产品,向世人展示了电视的这种可能,它有足够吸引的魅力。去年的3D热潮,让3D电视为

人们所熟悉,但是需要额外佩戴眼镜总是件麻烦的事情,家里人多就要购买多付眼镜,已经戴近视眼镜的消费者还需要额外戴多一个,就不仅是舒服而已了,于是三星、松下、东芝等厂商推出裸眼3D产品,让看电视成为一件更自由的事情。

自由的不仅是看电视的方式,还有我们将如何使用电视,正如智能电视的英文那样,网络智能赋予了电视一个Smart的大脑,有了全新的生命,它不再只是一个播放电视信号的媒介而已,而是成为一个能够满

足用户多种需要的智能平台,作为用户的我们也能够化被动为主动,主动选择自己想要的内容,可以想见在不久的将来,我们可以通过电视与远方的亲友对话聊天,通过电视搜索新闻,网上购物,通过电视实现对家庭内电子设备的控制,或者将电视变成游戏的主场,当然还有它最基本的,可以自由选择喜欢的、想看的电视节目。

电视的发展正在超过我们的想象。这正是我们需要并期待的电视,不死板,更灵活,不单调,更丰富,不简单,更智能。

受原料涨价影响 白电最快春节后涨价

国外电器市场把家电分为3类:白色家电、黑色家电和米色家电。白色家电顾名思义就是白色的家电产品,由于家庭里会有许多的电器存在,而这些家电大都体积庞大,早期消费者在购买家电时喜欢选用看起来不突兀的白色,就算现在家电被做得多姿多采,还是有很多人都称家电产品为白色家电。

随着铜价的不断上涨,以及近期钢价的波动,部分白电厂商已无法消化日渐增高的成本压力,纷纷下调调价函。

目前,在市面多家商场内,以电冰箱、洗衣机、空调等为代表的白电产品一反常态,在临近春节的时候其价格依然坚挺。而一些品牌电器代理商表示,部分品牌的白电产品最快将在春节后统一上调。而电视以及音响等黑电价格则相对稳定,甚至全年都将维持下行的趋势。

“这次白电价格可能真的要涨价了。”说这话的是某品牌家电地区代理商郭先生。从2006年开始,郭先生就做起家电代理的生意,目前公司代理冰箱、洗衣机、空调、电视等家电品种。根据他的回忆,上游家电厂商对其产品价格进行统一调整的情况

并不多,而这次算是调整范围比较大的一次。

不论是哪种家电,消费者对价格都非常敏感,甚至价格的涨跌在一定程度上决定着消费者是否购买。进入2011年公司就开始陆续收到一些家电厂商的调价通知,其中包括不少市场主流畅销品牌的白电产品,平均涨价幅度在5%至10%左右。

市场相关负责人表示,包括电冰箱、洗衣机在内的部分品牌白电产品都在本次涨价行列之内,最快在下月初,也就是春节或春节后,涨价就会渗透到各大家电商场的销售终端。多家白电经销商的工作人员向记者证实,即将开始的白电涨价源于从去年开始的国际铜价的不断上涨,以及近期钢价的剧烈波动。加之去年珠三角及长三角地区因务工人员的大量缩减,家电制造业的人力成本也不断上升,白电涨价只是时间的问题。

不过,跟白电要涨价的情况正好相反的是,以电视、音响为代表的黑电产品的价格则相对稳定,根据业内人士郭先生的预测,受产能过剩等原因影响,全年黑电价格将维持下行趋势。



2010年家电下乡 产品销售额超1700亿元

2010年,全国家电下乡产品累计销售7718万台,实现销售额1732.3亿元,同比分别增长1.3倍和1.7倍。冰箱和彩电销售额居前两位,分别为567.4亿元和488.5亿元,两类产品销售额占总销售额的61%。销售额前5名的地区是河南219.5亿元、山东179.8亿元、安徽142.3亿元、河北116.7亿元、江苏109.8亿元。

12月当月,家电下乡产品销售990.1万台,实现销售额229.4亿元,比上年同期分别增长68%和109%,双创全年最高水平。