

在市场萎缩、库存压顶、终端不畅等不利因素的影响下,2012 冷年可谓寒气逼人。国家信息中心信息资源开发部与中国家电网于日前发布的《2012 冷冻年度中国空调市场白皮书》(以下简称《白皮书》)显示,2012 冷年国内空调市场销售量同比下滑 25.12%, 销售额同比下滑 19.36%,近年来空调市场大幅增长的态势戛然而止。

## 市场总量急剧下挫

2012 冷年,空调企业再也不会像前两年行业高速增长带来的兴奋感,从 2010 冷年到 2012 冷年,国内空调市场整体销售态势发生了根本性变化,《白皮书》数据显示,2010 冷年国内空调市场销售量同比增长 31.45%, 销售额同比增长 24.13%;2011 冷年,国内重点城市空调器销售量同比增长为 20.45%, 销售额同比增长更是达到 28.64%,而在 2012 冷年,在市场压力、库存压力、政策衔接不畅等一系列问题的影响下,国内空调市场销售量同比下滑 25.12%, 销售额同比下滑 19.36%。

《白皮书》中指出,2012 冷年国内空调市场已经进入了一个比较明显的调整期,销售规模增速、产品结构、生产企业结构、销售体系结构都进入了新一轮调整阶段,这种多方位的调整,将会导致今后两年的国内空调市场产生重大影响,其结果很可能会呈现为整体市场规模相对稳定、产能扩张速度明显减缓、产品结构进一步调整、上下游资源加速整合、不同渠道竞争加剧以及行业重新洗牌等趋势。

对于空调市场负增长的原因,国家信息中心信息资源开发部主任助理蔡莹分析认为,整体经济环境的变化和支出相对保守使得消费能力释放受到了压制,政策性利好支撑力度减弱等因素,造成了 2012 冷年国内空调市场销售规模急速下降。

但在上述原因中,蔡莹认为政策性影响是主因,主要体现在两个方面:一是各种扩大消费政策的集中出台打破了经济运行的正常规律,造成短时间消费潜力的集中释放,透支了正常消费能力;二是大量消费的提前实现给制造商或潜在进入者提供了虚幻的消费预期,吸引了新的进入者,形成了新一轮的产能扩张,造成供求失衡加剧了市场波动。

# 2012 冷年空调业寒气袭人

## 困境中谋求新突破

### 变频空调占比提升

变频空调表现出的相对增长是 2012 冷年陡然下滑的市场中为数不多的亮点之一。数据显示,2012 冷年国内变频空调销售量占比由 2011 冷年的 38.45% 上升为 47.30%, 销售额占有比例由 44.74% 上升至 52.70%,继续保持

了 2010 冷年以来逐步扩大的势头。

变频空调稳定增长得益于重点空调企业的大力推广与普及。从 2010 冷年开始,国内主流空调企业开始在变频空调领域发力,整体销售规模发生根本性改变。

中国家用电器协会副理事长王雷表示,变频空调是空调产业发展的重要品类之一,中国家电协会于去年底发布的家电产业首份技术路线图提出到 2015 年变频空调比重升至 50%,从目前的市场推广情况看,企业的努力取得了一定成果,未来企业还需要在产品节能技术、制冷剂替代、产品舒适性上继续下工夫。

### 新冷年需突围

从 2012 冷年空调市场的表现看,行业所处的环境已然变得严峻。《白皮书》预计,2013 冷年整体市场环境不会有明显改善,外部环境压力依然会伴随空调行业的发展进程,生产企业如何进一步提升抗打击能力尤为关键。

对此,王雷认为,在目前的形势下空调行业不可能再现前些年的高速增长,在行业趋于平稳发展的阶段,企业要继续加大转型升级、产品结构调整的力度,以稳

健的企业综合实力应对未来的挑战;同时应避免无谓的价格战对空调产业转型升级的不利影响。

蔡莹也表示,随着消费水平的不断提高以及市场饱和度的提升,高质量、高水平产品会成为消费者首选,品牌价值的作用也在逐步提升。蔡莹建议,生产企业应该更加重视以消费者为中心的市场策略,在质量、节能、人性化设计和工艺等方面多下工夫,进一步改善产品结构和提升行业整体水平,只有这样,才能为行业的长远发展打下坚实的基础。

事实上,不仅是空调行业,整个家电市场都在全球经济大环境的影响下陷入低迷。在家电市场整体衰退的背景下,空调行业难逃增长缓慢甚至负增长的厄运,但整个空调市场的刚性需求依旧存在。此外国家节能家电推广政策效应将会在新冷年有所显现,进而将激发空调更新换代需求。而我国的城镇化进程也将持续推进,也将很大程度上刺激空调的一次性购买需求。

短期内,我国空调整体市场规模虽难以达到前几年的高点,但规模总量依然非常可观,放平心态、做好产品和渠道,对扎根空调行业的制造企业来说应是一个优先策略。

昭琴



## 智能新品

## 飞利浦 SensoTouch 臻锋系列至型版电须刀 全新发布



近日,飞利浦携其全新男士理容产品——飞利浦 SensoTouch 臻锋系列至型版电须刀亮相浦江南岸,飞利浦男士理容系列明星代言人高以翔与飞利浦优质生活事业部大中华区总裁黄瑞仁先生出席了发布会。

此次全新发布的 SensoTouch 臻锋系列至型版电须刀融入了可

替换卡入式造型器,实现了剃须刀和理容造型器的自由转换。有别于其他电动剃须刀只有剃须刀头的设计,融汇科技创新结晶的可替换卡入式造型器可精准修剪胡须、须茬、短须造型,满足现代男士在不同场合的不同造型需求。此外,臻锋 3D 系列至型版电须刀还引入了 3D 智能贴合系统,可无缝跟踪使用者的每一个面部轮廓,搭配升级精确的剃须刀头和顺滑剃须系统能剃掉每一根须发。该款新品更以全新的炫酷色彩造型一扫传统剃须刀的低调沉稳,凸显出品牌倡导的“我型”风格的自由百变。



亚萨合莱 (ASSA ABLOY) 集团旗下(公司)韩国 iRevo(易保)公司,近日推出亚萨合莱集团旗下品牌全新系列耶鲁电子锁产品,包括工程系列专用产品的 YDM7111, YDM4111, YDM3211 及零售系列专用产品 YDM3112。全新产品针对 B2B 和 B2C 两大领域,覆盖高中低端的全线市场,

充分体现了 iRevo(易保)公司在电子锁领域的技术领先性,以及助推中国电子锁市场的目标。

此次推出的全新工程系列专用产品 YDM7111, 集指纹/密码/卡/机械钥匙四种方式于一体,且具备智能多向防盗锁芯的新概念智能电子锁。此外,易保公司专门针对零售市场研发了新款亲民上市电子锁 YDM3112,除了同样具备智能多向防盗锁芯和 3 种开启方式(卡钥匙+密码键+机械钥匙)以外,还提供了专门为木门搭配的香槟典雅木色的人性化/时尚设计,以物美价廉的特性,为电子锁在中国的普及起到一定的推动作用。



## 新闻速递

### Play again 游戏展 揭幕嘉亭荟城市生活广场

日前,嘉亭荟与法国知名游戏展 Museo Games 策展人 Pierre Giner 合作,为国内游戏迷们奉上一场名为“Play Again”经典游戏展,并以此启幕未来之城,带我们穿越游戏的后现代场景。去年 Museo Games 游戏展曾在法国掀起一股经典视频游戏狂潮,嘉亭荟自项目伊始,就热衷将艺术、文化、音乐,潮流等时尚活动带入安亭卫星城,此次嘉亭荟携著名法国策展人 Pierre 先生将 Museo Games 游戏展理念重新演绎升级,用现代高科技展现游戏中的创新艺术,用游戏发展史折射沟通方式的改变,改版国内粉丝儿时热爱的街机游戏,让游戏玩家重温经典。

### 人人网发布《白领冷漠度调研报告》

近日,国内领先的实名制社交网站人人网发布了《2012 年度白领冷漠度调研报告》,此项调查完全通过人人网在线调研平台展开,透过数据详细分析了当前职场白领的工作压力及同事关系现状。数据显示,职场白领心理状态并非被疲倦、平淡和烦躁占据,有超过 50% 的受访者都感觉生活张弛有度、休闲放松;但即便如此,仍有 70.2% 的受访者表示工作偶尔会感到疲劳。

报告还发现,社交网络正成为职场白领的减压利器,他们在工作之余经常通过社交网络放松心情和排解压力。数据显示,有超过 80% 的受访者都会忙里偷闲使用社交网络,而其中又有接近 80% 的受访者在社交网站上和同事互相关注,借此分享消息、交流沟通。

### 爱普生全新墨仓式 打印机系列隆重发布

日前,爱普生发布了 2012 年打印机新品,10 余款产品强势出击中国打印机市场。爱普生(中国)有限公司董事长兼总经理小池清文先生表示,本次发布的产品是爱普生充分了解顾客需求,全力以赴回应顾客呼声的成果,爱普生全新墨仓式打印机系列不仅可以满足中国打印机用户对于产品功能性的需求,更将满足用户对整体使用成本的降低以及对健康、环保等高附加值的需求。据了解,墨仓式打印机是指支持大容量墨仓,可实现单套耗材超高打印量和极低打印成本,且用户可享受含打印头在内的原厂整机保修服务的打印机,该款打印机为用户解决了打印机整体使用成本居高不下的问题,满足了用户对海量打印的需求。

### 三星洗衣机 不满意就退货考验品质

日前,三星泡泡净洗衣机“30 天不满意就退货”大规模试用促销活动在北京、上海、广州等全国 35 个大中城市、1000 多家门店全面启动,活动为期两个月,消费者购买指定型号的三星泡泡净洗衣机,如果在 30 天内对产品品质有任何不满意的地方,三星将无条件退货。本次活动涉及三星主流的 8 公斤和 12 公斤泡泡净滚筒洗衣机,由“30 天不满意就退货”、“满意后获赠品”和“发微博赢大奖”三个环节构成。有意向参加活动的消费者在购买活动机型时,只需签订一份试用协议,即可享受“30 天内不满意无条件退货”的待遇。用户如果在 30 天试用期后对产品满意,还将获赠精美礼品,同时将试用感受发微博并 @ 三星泡泡净,还有机会获得三星原装进口爱婴煮洗洗衣机一台。