

空调企业呼吁变频补贴尽快落地

专家:靠政策吃饭日子不能长久

市场不景气、空调销售放缓。正当企业一筹莫展的时候,一则“有关部门将出台针对变频空调的补贴政策,最快可能在2012年下半年推出”的消息搅动了业界。由于相关政策决定了企业的生产计划,各大空调厂商纷纷呼吁产业政策尽快出台。

变频空调补贴政策出台呼声高

家电下乡 节能补贴、以旧换新三大产业刺激政策陆续终止后,变频空调补贴政策有望出台。与此前的节能空调补贴政策不同,新政策只针对变频空调,并且将采取直接补贴给消费者的形式,不再由生产企业和流通企业进行垫资。而对于补贴范围和额度,业内目前存在两种说法。一是只针对一级能

效变频空调进行补贴;二是同时对一二级能效变频空调进行补贴,但两者补贴额度差距较大。

中国家电协会秘书长徐东生表示:“这项政策不是捕风捉影,确实正在讨论之中。”奥维咨询白电总监韩昱也透露,这项补贴已经立项,由发改委和商务部牵头制定。

厂家呼吁明确出台时间

尽管变频空调补贴被



提上日程,然而具体出台时间的不确定却令企业感到不安。

一位企业代表坦言,补贴政策什么时候出台,企业心里没底。从家电下乡时代到“零政策”再到变频接受补贴的阶段必须有个平稳的过渡,但现在的

情况是企业不知所措。“变频空调是否要扩大生产量?渠道要调整?原料要如何采购?企业都无法做出科学的判断,所以希望有关部门尽快明确政策出台时间。”这家企业的表态其实也代表了很多空调企业的心声。

一直以来,节能补贴让空调企业受益颇深。据了解,2009年6月,国家开始实施节能空调惠民补贴,对生产企业补贴标准为每台300~850元;2010年6月,对补贴额度做了调整,降为每台150~250元;2011年6月政策正式结束。政策结束后,企业纷纷表示成本压力过大。

亟须转型以迎合消费升级

对于企业的迫切心理,业内专家表示理解,但家电产业急需告别靠政策扶持的阶段。因为经过5年多来的政策扶持,即使在农村,家电的普及性需求也已经在减少,更新换代的需求成为主流。因此,要

迎合消费升级的大趋势,家电企业亟须“苦练内功”,加快创新核心技术、提升产品质量、树立品牌。

中国电子商会副秘书长陆刃波认为,中国家电业,最近3年来一直在“靠政策吃饭”,运用政策的力量实现了市场需求和超强规模的增长,现在却面临着微观刺激政策退出、宏观调控政策收紧的严峻考验,中国家电业从此开始进入核心竞争力的战略阶段。所以,企业应该不断提升自身硬实力,把重点放在以技术创新、市场创新、理念创新为代表的企业核心竞争力的塑造上,不能形成对政策的依赖。

本报记者 孙聪颖/文
CFP/供图

三星推廉价电视机施压中国品牌

为扩大市场规模,全球最大的彩电厂商三星决定推出廉价电视机。这对一直靠低价取胜的中国本土企业来说,不是一个好消息。尽管三星没有明确在中国市场的铺货时间以及投放量,渠道铺设也需要一定的时间,中国企业能不能抓住时机想出应对之策尚未可知。

三星显示器部门执行副总裁 Kim Hyun-suk 表示:“由于低端电视机需求上升,我们一直在为推出廉价电视机做准备,同时我们也在努力优化生产成本和降低产品零售价。廉

价电视机将在一或两个月内上市销售。”

实际上,近几个月,三星已经在韩国本土零售商店推出了一批平板电视,价格比其他产品便宜40%。

业内人士普遍认为,中国市场将成为其廉价电视机的主要投放地。这和中国三四级市场逐渐成为彩电销量拉动主力有很大的关系。此前,中国电子商会发布的《2011~2012年中国彩电消费市场发展白皮书》中指出,国内一二级市场销量占整体比重为55%,同比仅仅增长4.5%,而一直被彩电企业认为是

主战场的北京、广州、深圳等一线城市彩电销量开始下滑,今年首度出现负增长;而占比为45%的三四级市场销量同比则大涨17.5%。业内人士普遍认为,三四级市场将成为今年彩电行业增长的主要驱动力。在这样的趋势下,外资企业自然不愿放弃机会。

与中国企业相比,三星更具品牌优势。业内人士认为,目前,消费者对品牌的关注度越来越高。三星近年来的发展速度让其品牌深入人心,这是国内企业无法比拟的。而且,三

星具有面板、芯片等上游产业链,能大幅降低整机生产成本,这使得三星在三四级市场搏杀更具备竞争力。“中国厂商被拉入价格战将是不可避免的,毛利难保。”

不过,对三星来说,渠道是其最大的软肋。从近年来家电下乡的战绩就能看出,外资品牌在三四级市场渠道拓展尚不顺畅。其实,早在2010年初,日本彩电巨头索尼就在中国市场试水低价战略,推出亲民产品,然而由于在渠道上建树不大,效果并不明显。 商报记者 孙聪颖

· 动态 ·

索尼悄然变身 收缩消费电子业务转向医疗设备

索尼预计全年将出现巨亏,该公司正在收缩传统的电视和消费电子业务,计划大力发展医疗设备产品,希望利用医疗器械市场的巨大空间来帮助公司扭转颓势。然而,这一转型并不一定意味着成功,还将面临时间的考验。

全球人群中癌症、肥胖和心脏疾病的发病率不断上升,这可能为索尼研发医疗设备业务带来契机,而索尼正计划借助半导体业务来帮助公司走出亏损境地。

索尼即将上任的新CEO平井一夫表示,索尼将借助图像传感器的竞争优势,大力发展医疗设备业务。“在索尼削减PlayStation 3游戏机、蓝光播放器和Vaio电脑销售目标之际,医疗设备业务有潜力成为索尼的主要利润来源。”

瑞穗分析师信夫仓桥表示,销售医疗产品与消费电子产品截然不同,索尼可能需要一段时间去发展该业务。 商报记者 孙聪颖/整理

KONKA 康佳

康佳智能3D

玩转 微世界

从LED到3D再到智能,电视的每一场技术革新,都带来人们生活上便利与享受的升级。

康佳智能3D,领先电视革命,在业内率先推出“微博”潮流应用,将Android系统的人性化应用演绎得淋漓尽致,赋予使用者前所未有的完美感官体验之外,更以安全卫士、便民支付、WiFi、SD卡等全方位功能支持,让您畅享科技世界之中的无限可能。



8000系列



网锐·智能电视专家