

· 信息廊 ·

家电卖场将借微信支付实现O2O业务

北京商报讯(记者 金朝力)近日,腾讯旗下财付通联手上品折扣率先开启零售百货商场微信支付服务。今后,消费者在上品折扣购物,掏出手机用微信扫描商品二维码即可付款,排队刷卡即将成为历史。而据北京商报记者了解,一些家电卖场目前也正在与财付通进行沟通,以便合作实现O2O业务。

有关分析人士认为,厂家与财付通合作开展O2O业务,将使这些厂家与微信共享线下客户资源,同时打破实体店传统购物结算的限制,增强购物的体验性和便利性。腾讯与上品折扣等在微信支付的尝试,不仅仅是O2O闭环手段的进步,也是互联网金融尤其是移动支付的实际进步。随着微信支付的发展,必将有更多竞争者跟进,新型的O2O购物方式即将诞生。

戴森入华一周年再推两款新品

北京商报讯(记者 陈维)入华一周年的戴森日前宣布,正式设立中国内地办事处,同时已在国内47个城市拥有130家门店,并通过京东商城在线发售产品。此次戴森还针对国内市场推两款新产品——戴森DC48真空吸尘器和戴森DC57无绳真空吸尘器。其中,DC48仅占与一张A4纸相当的面积,是戴森有史以来最小巧、最安静的一款Ball真空吸尘器。

DC57则是专为硬质地面量身打造,将强劲的吸力与湿擦功能合二为一。这款吸尘器采用两端式清洁吸头,先通过前端把地面上的尘垢和碎屑吸除干净,再通过后端的擦拭配件擦洗地面,将污渍彻底清除。DC57质地轻盈,机身重心位于把手位置,并配备可装卸的两端式清洁吸头,以及狭缝和组合吸头。

乐视TV“双12”上演年度最后促销

北京商报讯(记者 陈维)乐视TV“双12”大规模抢购促销活动的预约在今天上午10时截止,中午12时开放购买。据了解,本次活动是乐视TV本年度最后一次狂欢大促销,不仅拿出多个超级电视现货限量套餐回馈广大乐迷,全部配件5折起售,更有价值500万元的豪礼赠送。

此外,继超级电视北京体验厅、上海体验厅正式营业后,广州体验厅今日也开始试营业,乐迷可提前通过乐视TV官方微博、乐迷论坛报名,前往参与体验活动。乐视TV高级副总裁彭钢表示,通过互联网模式,超级电视已经颠覆了整个传统电视行业,“我们让懂互联网的人先用起来,积累了良好的用户口碑,夯实了超级电视的品牌基础,乐视TV将持续发力超级电视的内容营销、品牌营销,让超级电视走向纵深发展”。

“金甲防线”助力家电企业转型升级

北京商报讯(记者 陈维)在家电产品销售渠道由线下向线上转移,企业尝试电商化的转型中,中小型企业的数据安全问题日益凸显。对此,北信源于日前在北京饭店启动“2014应急大行动”,向社会发布免费新品“金甲防线”,帮助后XP时代用户,尤其是中小型企业在家电化的转型升级中,为其数据及系统的安全保驾护航。

北信源首席战略官胡建斌称,“金甲防线”是为了解决国家相关部门以及很多实体制造企业使用XP系统将暴露的威胁。微软计划明年4月停止对XP的技术支持,这意味着国内将近1.5亿个采用XP系统的用户数据安全将无保障,对家电行业等传统制造业的升级转型带来隐患。“金甲防线”就是采用数据全生命周期安全模型,综合智能感知、安全容器等技术,解决存储、分发、阅读等一系列环节的安全问题。

海信联手艾默生推家用空调新技术

北京商报讯(记者 孙聪颖)日前,海信空调联手艾默生电气正式发布“喷射变频涡旋增焓”(VVI)技术。VVI技术攻克了极寒环境下空调制热衰减的世界难题,实现了空调可持续强制热效能提升45%。-30℃的极限室外环境下强劲制热,室外环境-20℃时正常制热且热量不衰减。

艾默生环境优化技术亚太区空调市场推广及业务拓展副总裁柏善德表示:“我们非常高兴能与海信空调建立战略联盟,我们期待能为消费者提供更多高效环保、舒适节能的产品。”海信空调总经理田野表示,随着中国经济的发展,家用中央空调市场将呈现快速增长态势。此次海信与艾默生电气的战略合作,实现了领先技术与高端产品的完美融合,海信一定要抓住这个机遇做中国技术最强、用户体验最好的家用中央空调。

为推空气能热水器科普三年

欧特斯为何要做活雷锋

就像重回太阳能热水器发展初期,欧特斯选择了采取空气能科普万里行活动来开拓空气能热水器市场。对于过去三年多空气能科普活动的推进,业内专家普遍认为,其对空气能热水器的市场普及有积极的意义,但对欧特斯来说却祸福难料。随着众多白电巨头的陆续进入,缺少核心零部件的欧特斯有可能在为他人做嫁衣。

科普万里行推进

尽管天气逐渐降温,但是并没有影响到欧特斯空气能热水器科普万里行活动的推进。北京商报记者日前获悉,欧特斯科普万里行团队于上月中旬到达了湖北十堰,在当地很多小区附近进行了宣传,并辅助经销商进行渠道开展工作。

据了解,欧特斯早在2010年8月8日正式启动“欧特斯空气能科普万里行”巡展活动。计划跨越浙江、江苏、安徽、湖北、江西、湖南、贵州、重庆、四川、云南、广西、广东、福建等省市,历经一年时间,行程将达到20万公里,发放1000万份科普宣传册。

希望通过本次活动,让节能环保的空气能为更多的民众所熟知,在全国掀起空气能普及的新高潮。不过,事实上,空气能热水器的普及情况并不好,在北方几乎无人问津,而在南方普及进度也极为缓慢。北京商报记者通过网络向江西、深圳、湖北等地方近100位消费者进行调查,结果知道空气能热水器产品的仅有5人,而了解空气能热水器产品的仅1人。南昌新泽力科技有限公司总经理杨舒乐告诉北京商报记者,目前南昌市空气能热水器的安

装使用极少,民用几乎为零。

距普及为时尚远

事实上,为期一年的节能惠民工程极大地帮助了空气能热水器产品的推广,也使得空气能热水器市场规模剧增。数据显示,今年上半年空气能热水器总销售额(含出口)增长11.8%,全国空气能热水器共销售19.5亿元。然而,相比其他电热水器、太阳能热水器的数百亿市场规模,不足百亿元的市场规模充分说明空气能热水器距市场普及还有一段距离。

对此,业内专家普遍认为,普及难主要与空气能热水器对环境要求苛刻和售价昂贵有关。据了解,一般情况下,空气能热水器在环境温度10℃以上的时候,制热效果比较理想,当环境温度降到0℃左右的时候,热泵制热效果很差,这也是为什么空气能热水器在过去十年的发展主要集中在南方地区。欧特斯客服人员也向北京商报记者表示,目前欧特斯在黑龙江等北方地区没有销售,原因是欧特斯空气能热水器均无法在室外温度低于-7℃的环境中正常工作。

北京商报记者通过登录欧特斯网上商城发现,欧特斯空气能热

水器产品售价在8000元左右,价格最低的一款全能100L空气能热水器售价高达5880元。而作为能够满足普通消费者使用的60L电热水器只需1000-2000元即可,两者售价相差数倍之多。

众多家电巨头抢胜利果实

尽管空气能热水器市场普及程度不高,但是众多家电巨头却早早地盯上了这块蛋糕,尤其是白电企业。据了解,目前几乎所有的大型空调生产厂商在空气能热水器领域均有所涉足,像海尔、美的、格力、志高、容声等企业。原因在于空气能热水器和空调有一个共同点,即其主要上游核心零部件均为压缩机。

“众多家电巨头的进入将使得市场竞争更加激烈,产品利润肯定会被严重压缩。”在中国家电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌看来,这是家电产品市场化的一个必经之路。而这样一来,尽管欧特斯在市场普及推广方面付出了很大的努力,但获益最大的却不一定就是欧特斯,也有可能替其他企业做嫁衣。

洪仕斌认为,未来空气能热水器产品的竞争将是整个价值链的竞争,包括核心上游零部件、销售渠道和售后服务等等。像欧特斯这样依靠采购东芝压缩机的企业在未来产品创新设计和成本控制方面将难有优势可言。太阳能热水器市场的开拓成就了皇明的行业领先地位,而空气能热水器的开拓对于欧特斯会如何则还需时间的检验。北京商报记者 陈维

一年涨幅近三成

空调产品均价破4000元大关

2013年10月中国空调市场不同品牌产品均价对比(单位:元)



空调能效规格的提升似乎带动了产品价格的上涨,整体空调市场的产品均价在10月突破4000元大关。据第三方研究机构ZDC发布的《2013年10月中国空调市场价格分析报告》显示,10月,中国空调市场无论是变频空调市场还是定频空调市场,其产品均价均出现一定的上涨,产品均价上升至4191元,较9月均价3968元上涨了5.6%。同比去年10月均价3242元上涨29.27%。

从10月最受用户关注的10家空调主流品牌来看,格力、大金和三菱电机的产品均价都在5000元以上,其中,三菱电机相对最高,达

7667元;海信、海尔和松下产品的均价在4000元以上;其余品牌的产品均价均不足4000元,以格兰仕为最低,仅为2877元。

不同于整体市场,10月中国变频空调市场上,3001-4000元成为最受消费者关注的价格段,关注占比超三成,达到31.5%。其次关注比例超过两成的价格段还有2001-3000元、4001-6000元和6001-1万元价格段,分别为23%、22.1%和20.8%。

产品均价方面,10月中国变频空调市场的产品均价有小幅上涨,为4622元,较9月上涨了16元,高于整体市场的4191元,环比上涨了

0.3%。

10月中国定频空调市场上,各价格段的关注比例分布呈M型,其中,有超过1/3的消费者关注度集中在2001-3000元,其次是4001-6000元价格段,关注占比在两成以上,为22.7%。排在第三位的是2000元以下价格段,关注比例为17.3%。

同整体市场和变频空调市场的走势一致,10月定频空调的市场均价也出现一定上涨,由9月的3487元上涨至3570元,涨幅为83元,环比上涨了2.4%。

从具体的品牌来看,10月定频空调市场上,除三菱电机、三菱重工和格力外,其余品牌的产品均价均保持在4000元以下,其中科龙、TCL和海信的市场均价不足3000元,以TCL的产品均价为最低,仅为2595元。

整体而言,变频空调市场均价要高于整体市场,而定频空调市场均价要低于整体市场,两者市场均价相差达1052元。同9月相比,本月变频市场和定频市场的产品均价均有所上涨,突破4000元大关。

北京商报记者 陈维/文 贾丛丛/制表