

# 原生产关联方众信老板李显斌失联 月兔空调中枪“跑路”传闻

收购重组后，投资17亿元豪言进军行业前五的月兔空调在崛起路上正遭遇狙击。

近日，月兔空调原生产关联方广东众信科技集团老板李显斌“跑路”消息再度引发业内热议，尽管月兔品牌归属方广州丰浩电器集团公司（以下简称“丰浩电器”）回应称并没有受到影响。但整体行业低迷、龙头企业市场下沉，正让中小空调品牌遭遇四面楚歌的困境。

## 月兔空调否认受“跑路”影响

针对负责月兔空调生产运营的广东众信科技集团老板李显斌“跑路”的消息，日前丰浩电器对外发布回应，否认存在影响，并表示月兔空调年产300万台的工程建设目前正按进度节点正常推进，预计在明年旺季投产供应市场。

丰浩电器还在回应中表示，月兔空调系温州月兔科技有限公司及福建月兔科技有限公司旗下知名品牌，上述两公司均系广州丰浩电器科技有限公司下属具有独立法人资格、独立经营的全资子公司，与中国众信科技国际集团有限公司无任何法律上的关联关系。

但丰浩电器提供的资料表示，公司于2013年3月起委托中国众信科技集团公司经营月兔空调，由于其团队没有达到预期经营目标，该公司于2014年7月解除了中国众



信科技集团公司对月兔空调的经营，同时妥善处理、解决，转接了委托经营范围内的债权债务，保证了月兔空调合作伙伴利益。

## 龙头企业下沉挤压市场空间

对于李显斌“跑路”真假，北京商报记者试图致电广州众信实业有限公司，不过公司官网所留联系方式一直无人接听。而据数位业内从业人员透露称，李显斌目前的确未在国内。同时丰浩电器在回应中也透露，李显斌为中国众信科技董事局主席，其个人行为与丰浩电器毫无关系。

资料显示，李显斌所创立的众信科技集团成立于2002年，前期主要为空调企业提供零部件的供应，后来又先后进入了暖通、包装、国际贸易等多个领域。李显斌也多次向媒体强调，其从创业之初就确立了“实业兴邦”的发展理念。今年9月，李显斌宣

布投资17亿元建立一座产能高达300万台的高能效空调工业园，将月兔空调打造成为福建本土第一家空调企业。

业内专家普遍认为，导致此次事故的发生与今年空调业整体发展形势有关。从今年“十一”、“双11”一直到现在，格力、美的、格兰仕、海尔等空调巨头纷纷推出了以旧换新、特价钜惠等不同形式的空调促销活动，此轮促销活动也一度被业内看做是20年以来最大规模的价格战。中国家电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌指出，今年整体行业发展形势不佳，龙头品牌依靠品牌优势和价格让利进一步蚕食了中小型企业市场份额，中小企业往往难以招架，从而容易爆发种种问题。

## 二线品牌亟待优化销售体系

在业内专家看来，随着家电下乡、节能惠民工程等政策的退出，整个家

电行业正逐渐迎来深度调整阶段。空调行业也由此前市场高速发展逐渐转变为增速放缓甚至下滑，在这个阶段中，不管是龙头企业寻求增长，还是中小企业寻求生存空间，都将面临较大的挑战。

空调行业，素有“靠天吃饭”一说，原因在于空调行业受季节天气影响较大，往往在夏季来临之前，企业需要提前备货到全国各个销售区域，应对接下来的旺季热销，而一旦遭遇“凉夏”，渠道商便容易形成较大的库存。龙头企业由于具备一定的市场操控能力，可以通过一些活动来缓解库存压力，而中小型企业却回旋空间有限。

此外，二线品牌一旦对库存问题处理不当，则极有可能对公司造成较大的麻烦，这也使得优化公司销售体系成为影响空调企业发展的重要因素之一。

扬子空调副总裁方钊告诉北京商报记者，扬子空调在今年“十一”没有参与整个行业的价格战，原因就在于扬子空调的生产销售体系不存在大量积压库存的情况。首先是精准的销售预测，要求各个销售区细分到每个业务员每周都要做下一周的销售预测，然后将这些数据统计，按照这些销售预测来进行精准的生产，旺季通常精准到每天的出货，淡季精准到每周出货，这也是扬子空调保持稳步发展的原因之一。

北京商报记者 陈维

## 市场观察

# 消费者购买空气净化器产品日趋理性

据中关村在线近日所做的消费者调研报告显示，面对随时来袭的雾霾天气，有六成左右的消费者准备购买空气净化器产品进行应对。业内专家预计，随着年终市场的充分回热，2014年空气净化器产品全年的市场规模将再度刷新纪录，进入新一轮高速增长期。

据中关村在线发布的调研报告显示，面对市场上种类繁多的空气净化器产品，消费者在购买空气净化器产品时已不再盲目选择。购买产品前，消费者更倾向于先了解空气净化器产品的CADR值、除菌技术、适用

面积等重要信息，最终结合个人需求进行理性选购。此外，人性化的设计、操作便捷、品牌实力等都成为消费者购买空气净化器时考虑的要素。

在国贸一家高级俱乐部工作的冯先生表示，空气质量不断下降，很多会员对室内的空气质量要求越来越高，俱乐部在市场众多的空气净化器比较之下，最终选择了三星针对商用领域开发的AX9000空气净化器。

据悉，CADR值的确是近年来众多机构所认可的关键指标，并被视做考察空气净化器性能的核心标准。产品的CADR

值越高，所需要的技术水平也就更高。据中国家用电器研究院副总工程师鲁建国介绍，AX9000产品在实测过程中CADR值高达1264.8m³/h，远超同类产品的平均水平（净化器产品CADR值普遍在300~400m³/h左右）。这意味着，即使将它安放在超过100平方米的大空间内，也可以在15分钟内完成高效净化。此外，AX9000空气净化器对固态污染、气态污染物的净化效能均达到A级，是市场上极为罕见的“双A”产品。

此外，在空气净化器产品销售的前期过程中，很多消费者确实只关注适

用面积和一些基本的功能，但是随着产品不断走向规范化，消费者从最初的不了解到现在对其中的关键指标都有所把握。

家电分析师梁振鹏表示，没有成熟的消费者就没有成熟的市场，中国的消费者正日趋成熟和理性，企业的各种营销噱头越来越难以影响到消费者的选择，产品的实用性、适用性、舒适性等成为消费者日渐关注的重点。家电企业只有真正从消费者需求出发，提供适合消费者需要的产品和服务，才能在市场博弈中拔得头筹。

北京商报记者 金朝力

## · 信息廊 ·

### 中国家电互联网转型报告发布

北京商报讯（记者 陈维）“互联网转型”无疑是2014年家电业最瞩目的关键词，日前，在由工信部电子信息司指导，中国电子信息产业发展研究院和中国电子报社主办的2014年家电论坛暨互联网转型报告发布现场，主办方隆重发布了《2014年中国家电企业互联网转型报告》（以下简称《报告》）。

《报告》指出，在产品设计和生产制造方面，消费者从原先被动接受的角色变成了现在产品创新的推动者，企业乃至商家在产品C2B定制化这条道路上进行了更多尝试。在渠道转型方面，线上线下营销协同体系建设正成为终端销售渠道转型的重点。家电厂家在原有线下渠道布局的基础上，或加大自有电子商务建设，或借助第三方平台搭建多元化电商渠道模式。

### 智能电视安全问题提上日程

北京商报讯（记者 金朝力）随着智能电视的崛起，也让其安全问题提上日程。由于智能电视功能的复杂性，智能电视存在很大的安全隐患，非常容易泄露用户的个人隐私。另外，还有一点不容忽视的是，很多人为了记忆方便，将密码设置得非常简单，并形成一定规律。日前，创新型公司石盾科技在北京正式发布了具有国际领先水平的QR Token二维令身份认证技术。

据悉，QR Token二维令产品由App软件和物理令牌两部分组成。App可以独立使用，完成PC端或移动端的登录，对于安全级别需求较高的用户，也可选用物理令牌，提高系统登录安全性。对于智能电视而言，遥控器毕竟没有键盘好使，二维令的出现也让智能电视的输入问题变得迎刃而解。

### 鹰目LED媒体产业联盟成立

北京商报讯（记者 陈维）据最新调研数据显示，国内LED媒体目前80%的经营者处于亏损状态，七成以上的LED媒体空置率高达80%以上，为了更好地突破LED媒体行业发展困境，日前鹰目LED媒体产业联盟正式成立。鹰目户外广告网董事长钱越栋指出，鹰目LED媒体产业联盟的成立主要是为了通过联盟来提升知名度和影响力，吸引更多的广告主、4A公司、LED厂家共同关注联盟，使LED媒体行业能更好地服务于中国的实体经济。

中国互联网协会网络营销工作委员会副秘书长曹增光对此表示肯定。鹰目“只做服务商”的理念是符合市场需求、符合时代发展趋势的，鹰目LED联播网和联盟的成立让传统LED媒体与互联网结合，插上了互联网腾飞的翅膀，开启了LED媒体互联网化的崭新时代。

### 造梦者推恒氧新风净化设备

北京商报讯（记者 陈维）中国空气净化产业的高速发展吸引了众多国内外企业入局。日前，中德合资品牌造梦者面向中国市场正式发布了恒氧净化空气解决方案，即恒氧化的新风净化设备。

据了解，造梦者是国内首个在中德两国拥有研发制造基地的新风品牌，拥有超过15万平方米专业空气净化产业基地。同时也是第一个将智能、物联网应用于空气净化、智能新风领域的品牌，产品静电技术的臭氧指标控制到国际标准以下。据造梦者CEO颜为表示，造梦者研究中国雾霾情况下的空气净化产品从2007年开始，多年来一直专注于产品的研发与创新，每一代净化机、新风机都是根据中国消费者的消费习惯和中国当下的空气情况设计的。

### TCL TV+量子点电视走俏市场

北京商报讯（记者 金朝力）当行业其他企业都在纠结OLED量产化的时候，TCL率先打破迷思，于近日正式推出中国首款采用量子点显示技术打造的量子点电视H9700，引领全球彩电业进入了全新的量子点时代。

据了解，量子点是一种非常前沿的纳米材料，它受到电或光的刺激，会发出各种不同颜色、非常纯正的高质量单色光，可以超越传统LED背光的荧光粉发光特性，实现更佳的成像色彩。因此，基于量子点显示技术和真彩显示技术的应用，TCL TV+量子点电视突破了传统LED显示技术在色域显示上的限制，达到了110% NTSC色域。110%也许是当初制定NTSC制式时不曾想象的数字，更是对于色彩的执着追求。