

## 国内品牌转型高端 冰箱市场酝酿变局

5月11日,由中国家用电器协会、中国家用电器研究院指导,中国电子报社主办,国家信息中心、中怡康时代市场研究公司支持的“2011年度(第四届)中国冰箱产业年会”在北京盛大举行。来自工业和信息化部、中国家电协会等政府部门和行业协会的领导和,海尔、西门子、新飞、美的、美菱、容声、海信、松下、LG、三星等主流冰箱企业的代表以及业内专家、学者共150余人参会,共谋冰箱行业发展大计。

2010年,受节能产品惠民工程、家电“以旧换新”等利好政策及楼市旺销的拉动,冰箱市场取得高速增长。

长。统计数据显示,2010年中国冰箱产量和销量增长均在20%左右。冰箱行业全年产量7058万台,同比增长26.4%;销售6930万台,同比增长22.7%。其中,国内销量又创新高,全年销售成绩5096万台,同比增幅接近30%。

目前,整个冰箱市场产品结构在升级,品牌竞争格局也发生了很大变化。由于国内品牌对中高端市场的全面介入,“外资品牌走高端,本土品牌搞低端”的固有格局正在瓦解。相关数据显示,2011年1月至3月,国内品牌的零售量份额已经接近八成。与此同时,在快速发展的国内冰箱市场中,各层级品牌均动作频频。一二线品牌通过并购及产能扩张,不断稳固和扩大自己的版图,三四线品牌也借势家电下乡迅速推进销售。不光是本土品牌激烈拼杀,外资品牌和新进品牌也纷纷借力政策挤占市场。

随着国内冰箱市场规模的持续高速增长,冰箱企业纷纷布局扩产,表现出对2011年乃至今后更长一段时间冰箱产业的发展

充满信心。今年2月,海尔新建的年产320万台节能环保冰箱的项目已经竣工,投产后年产能将超过600万台。美的在广州和荆州的基地将进一步扩产,2011年产能还将有接近40%的增长。3月份,西门子在滁州的第二个冰箱厂奠基。

可以预见,2011年的国内冰箱市场,品牌竞争将更趋激烈。不仅如此,冰箱产业近年成功跨越节能升级、制冷剂替代等技术门槛,正在跨入产品升级期。2011年,产品升级引发的产业升级将给冰箱企业带来更多的机遇,而今年冰箱销售的旺季,也将为冰箱企业重新构建竞争格局提供良机。

在本次论坛上,与会嘉宾围绕中国冰箱市场品牌竞争格局变化、高端产品的市场前景和消费者认知以及高端冰箱的节能技术之路等话题展开热烈讨论。企业代表和专家在展望2011年冰箱产品发展趋势时认为,高端、智能、保鲜和精美外观将成为高性价比冰箱必不可少的关键元素。

(据人民网)

家电不清洗  
危害您健康

▶▶ D02 版

八方电器

▶▶ D04 版~D05 版

利用室内空间  
扮靓小户型

▶▶ D06 版

导  
读



# 洛阳人看 洛阳手机报



1. 权威、专业、及时、准确,洛阳手机报由洛阳日报报业集团精心打造,萃取本地、国内、国际新闻资讯,时尚实用,服务贴心。
2. 洛阳手机报本地新闻资讯内容丰富,总量占到了60%以上。

**定制方法:**  
移动用户发送短信 LYD 到 10658300 订阅, 3元/月。不收GPRS流量费。  
联通用户发送短信712到10655885订阅, 3元/月。不收GPRS流量费。