

# 家电 政策效应递减已显现 或将进入价格战时代

■家电资讯

国家标准从6月1日起正式实施

购买豆浆机 将有标可依

全球首个豆浆机国家标准于今年6月1日起正式实施。新国标不但对豆浆机的安全性能提出更高要求，还将根据做出豆浆的营养浓度划分等级，消费者选购豆浆机将有依据了。

据了解，该国标率先将食品卫生安全作为重要组成部分，对豆浆的煮熟度、营养浓度(即固形物含量)等也做出了明确规定，对各种豆浆机做出豆浆的营养浓度进行分级。一级香浓豆浆浓度高、口感好、营养易吸收，满足追求高品质享受的消费需求；二级香浓豆浆口感和吸收都不错，能满足大众健康需求；普通无网技术豆浆机做出的干豆豆浆，营养和口感一般，但满足随时喝豆浆的快捷需求。

此前，豆浆机的生产一直缺少相关标准，各个生产厂家参照饮水机、电饭煲等产品的安全要求来生产豆浆机。目前国内生产豆浆机的企业已有800多家，具有自主品牌的就有100多家，由于标准缺失，豆浆机企业良莠不齐，行业秩序有待规范。

业内人士分析，对于消费者而言，这个国标着重强调豆浆的营养含量、质量指标，无异于为消费者打造了一套“护身符”，对于辨别分清目前市场上良莠不齐的豆浆机具有指导意义。(中关)

3D市场 形成“剪刀差” 国内品牌市场份额 已超过外资品牌

近期的彩电市场，3D电视无疑成为行业热门的话题。据奥维咨询数据显示，在彩电厂商集体发力下，“五一”黄金周期间，3D电视市场渗透率已达到10.8%。从品牌格局来看，国内品牌3D产品市场份额已超过外资品牌，达到65.1%。

业内人士预测，到年底，3D电视的市场占有率还将进一步上升，而国内品牌的优势将进一步凸显。

从销售数据来看，3D电视市场的品牌格局也逐步改变，中国品牌后发优势，市场份额超过外资品牌，东风已经压倒西风。

从奥维咨询的中外品牌3D电视销售份额曲线图来看，中外品牌在3D电视市场的销售份额占比中走出一个“剪刀差”曲线，而这种走势还将继续。据奥维咨询副总金晓峰介绍，去年“五一”，以三星、索尼为首的外资品牌占据着几乎全部3D市场份额，这恰如剪刀柄。随后，国内品牌迅速跟进，以最快速度推出自己品牌的3D产品，到去年“十一”，国内品牌占据了市场份额的15%。2011年元旦，国内品牌的市场份额占到20%左右，3月，中外品牌平分秋色各占50%，两柄剪刀形成了交点。

今年“五一”，以TCL为代表的中国品牌3D电视，凭借新品、促销等市场活动的拉动，掀起了一股销售热潮，市场份额超过外资品牌达到65.1%，金晓峰强调说，“至此‘剪刀差’已经形成”。(李杨)

从6月1日起，实施两年的变频空调“节能惠民”补贴政策到期，消费者购买变频空调将不再享受国家最高250元的“节能惠民”补贴。而对饱受原材料成本上涨压力的空调企业来说，为保持利润只能涨价。业内人士认为，空调价格极有可能上调至补贴前的价格。上周在家电协会主办的2011中国冰箱行业高峰论坛上，中国家用电器协会副理事长王雷说：“2009年中国家电业得益于家电下乡以旧换新支持。2010年行业还延续着过去的路径，现在行业面临更多障碍和挑战。”

## 三大政策带来业绩突进

2007年12月，家电下乡政策第一批试点，国家给予下乡产品13%的价格补贴。随后，该政策陆续推广到全国，下乡产品种类从过去的3个增至10个。产品的型号数量由最初的10个增加到80个，

下乡产品的最高限价也不断提高。下乡政策对家电销售拉动效果立竿见影，当年家电销售量同比增长幅度提高了30%。

2009年5月，国家又先后启动以旧换新和节能补贴项目。据公开资

料显示，2009年中央财政安排20亿元资金用于家电“以旧换新”补贴。截至2009年10月底，中央财政已拨付补助资金8.08亿元用于空调节能补贴。空调的平均售价由每台3000元~4000元下降到2000元左右。

在国家政策激励下，此前三年，中国家电企业踏上狂飙突进的发展快车道。有数据显示，近三年来，受益于三项家电政策刺激，家电行业均保持每年20%以上的高增长速度。

## 政策效应递减已经显现

家电政策的效应递减已经在今年第一季度显现。

国家信息中心信息资源开发部主任助理蔡莹表示，从整体规模来看，2010年国内冰箱销售量2300万台，同比增长28.95%。但

2011年第一季度销售量增长幅度是8.24%，销售量430万台左右。

“很多企业感觉2011年一季度增幅都不太令人满意，整个市场状况不太好。”蔡莹表示，“政策效

应递减正在显现。伴随家电产品的保有量持续上升，政策的推动效应递减是非常正常的。家电企业不要指望今年还像2008年、2009年开始那样突然爆发性地增长。”

来自中怡康和奥维咨询两大

市场研究机构的统计数据显示，今年第一季度家电市场销量增幅明显放缓，平均增幅仅1.7%。去年全年家电市场增幅为20%左右，中怡康预计今年家电市场增幅不会超过10%。

## 或将进入价格战时代

“现在家电市场的小企业太多了，从去年底家电下乡的招标就能看到。参与招标的冰箱企业有100多个，而成熟市场不可能有这么多个品牌。这个市场必须经历一场大洗

牌，就像空调行业一样。”业内人士刘荷清称。

中国空调业经过20年的发展，已从最活跃的400多家企业骤减到2010空调冷冻年度的20多

家。有专家认为，家电行业洗牌最直接的手段就是价格战。

数据显示，去年5月到8月，冰箱市场的平均价格水平达到行

业最低点，去年6月平均价格为2556元，10月开始恢复。从曲线体现的趋势来看，今年5月到8月，行业的价格竞争会非常激烈。(据《新京报》)



## 永乐爱心捐赠 情系少年儿童

5月31日，洛阳永乐电器总经理张柳青携员工到洛阳儿童福利院捐赠大米和食用油等。张柳青说：“儿童节到了，给孩子们送点生活所需品是我们应该做的。”福利院院长代表全体员工，感谢他们的爱心捐赠，感谢永乐电器对国家福利事业的支持。

本刊记者 杨团伟 摄

## 借助端午小长假 打造“家电盛宴”

(上接 D01 版)永乐电器从3日开始，一直到6日，全城7家门店同时举行超低价促销活动。凡到永乐购物的消费者均可获赠购物袋，单品购满一定金额，还可获得电水壶、榨汁机、挂烫机等赠礼。另外，还有数码相机、飞利浦家庭组合音响等好礼也等您来拿!

苏宁电器此次推出端午节特惠举措，包括彩电、空调、冰箱、洗衣机、厨卫电器等在内的五大传统家电，都将“冰点”价格惠及消费者。在3日18时前，消费者还可享受预存一定金额即可获得翻倍增

值的惊喜。据了解，此项预存活动还可与其他活动同时参加，顾客购满一定金额将获赠包括数码相机、26型液晶电视等在内的大礼。全门店联动，全品让利，全员服务协助，苏宁电器端午小长假促销举措也一定会让您心动。

容威家电在端午节期间借“2011洛阳新品电视展”为消费者带来一场3D立体盛宴，上百款新品电视在展出的同时还有优惠活动，购彩电满一定金额还可返不同价值的券。除此之外，“刷银行卡礼上礼”、“满额赠礼”、“大抽奖——

百分百中奖”等活动也非常吸引人。同时，凡在容威购家电下乡机的顾客，还可直接获得补贴。

### 商家服务待升级 消费者购物需理性

纵观近几年我市的家电市场，基本上是一到节日消费者的消费激情都会大爆发，而各大家电卖场也会拼尽全力推出各种重磅促销举措来吸引人气，抢占市场份额，但在卖家大幅让利、消费者一掷千金之时，电视断电、空调

迟迟不能安装、赠品质量有待保证等问题也屡见不鲜。今年，包括八方电器、永乐电器、苏宁电器和容威家电在内的几大家电卖场都已做好各种准备，切实保障消费者的合法权益，但业内人士还在此提醒：对于卖场来说，服务要再升级，不给消费者也不给自己留下遗憾；对于消费者来说，在商品日趋同质化的今天，消费时不要做到货比三家，理性消费，不要仅关注商品质量、价格，对商品的售后、安装等事宜也要问清楚，明明白白消费。