

内生性增长加快容声冰箱领跑

■ 本报记者 安也致

“根据目前三门、多门在冰箱市场的持续增长趋势以及国家节能惠民政策形成的翘尾效应,可以肯定的是,容声冰箱在2013年还将保持着强势领跑的增长态势”。

日前,面对已经在2012年冰箱产业整体下滑趋势下获得大幅度增长的容声冰箱,能否继续在2013年保持领涨势头的疑问,中怡康市场研究品牌总监左延鹤在接受《中国企业报》记者采访时,给出上述肯定的答案。

因为,在容声冰箱的增长背后,是海信在过去7年来持续激活这家拥有30年发展历史的老牌冰箱巨头,形成全新的“内生性增长”体系。

增长,远超同行想象

在一些冰箱同行看来,“增长”已经成为容声冰箱留给市场和同行最耀眼的关键词。

2012年,国内冰箱市场销售规模同比下滑12.6%,就连老牌外资巨头西门子冰箱也出现17.5%的同比下滑。容声冰箱市场零售额同比逆市增长7.9%,占据国内冰箱市场份额达到8.9%,市场销售规模一举从2011年的第5位增长至2012年的第2位,高达12.2%。

这种“量增利涨”格局,正是近年来众多冰箱巨头在升级转型浪潮中所追求的最佳增长模式。

到底是什么力量在推动这家拥有30年发展历史的本土冰箱企业,在2012年这个市场普遍身陷“寒冬”之中,实现了自我的强势崛起?

一位冰箱业内人士透露,“容声冰箱现在的市场操盘手王云利,是从黑电转战白电,他一改容声冰箱此前在市场上所采取的‘跟随者’操作策略,采取积极主动进攻的营销策略。同时,还借鉴黑电企业的产品升级换代快优势,加强对三门、多门、对开门等冰箱

产品的布局,强化节能冰箱的快速升级换代,从而在国家‘节能惠民’政策实施之前,就完成自身产品结构的布局”。

来自中怡康的市场监测数据显示:三门、多门、对开门产品在容声冰箱市场销售的占比达到64.6%。230L以上大容量冰箱的市场销售比重达到48%以上。中标国家“节能惠民”政策的节能产品销售比重占到容声冰箱84.32%。

这直接推动了容声冰箱在2012年市场竞争中,先是提前抢夺国家政策引导下的节能冰箱市场先机。又通过自身的多门、大容量新品的快速推出,抢占了冰箱从二门向三门、多门升级的刚性需求。

“很多同行,包括我们,都在研究容声冰箱在2012年的增长动力。看上去很简单,就是一借政策东风,二抓消费升级,关键就是企业要有相应的产品技术积累来应对这一系列变化,抢先同行完成产品布局。这是容声增长的关键,也是我们今年亟待提升的短板”,一位不愿具名的冰箱企业市场负责人如是说。

在行业下滑12.6%背景下,容声冰箱却实现同比7.9%的增长,一跌一涨之间相差20个百分点,这在反映出行业“萧条”同时,也体现了本土领军企业的“抗跌”实力。

抢先,这就是竞争力

企业的成功路径各不相同,但本质却是相通的。就是在技术、产品、营销等各个环节上,稍为有那么一点点的抢先,最终就在市场竞争中汇聚成半个身段的超越和领先。

对于近年来产品升级换代相对缓慢的白电市场来说,因为鲜有“颠覆性技术创新产品”出现,这也导致包括容声、海尔、美的、美的等企业之间的实力差距并不大,领先有的时候就只有“半个身段”。



容声冰箱的增长得益于产品创新与市场需求的完美对接

不过,正是这“半个身段”的领先,最终却会变成企业的核心竞争力。左延鹤告诉记者,“通过对冰箱产品整体市场情况的分析,我们发现容声冰箱的产品生命周期在加快,特别是一些还处在成长期(上市刚1年)的产品,已经扮演起市场销售主力军的重任”。

中怡康数据显示:容声冰箱成长期的产品市场销售比重已经高达70.2%。相对于一些同行成长期产品销售比重不足40%,这种缩短的产品生命周期,对于容声冰箱来说,可以拥有更强的市场竞争力和更多的利润回报率。

奥维咨询研究院院长张彦斌看来,“黑电属于电子行业,发展受到技术驱动,白电属于物理形态,发展受到产品功能驱动。如果将黑电企业的技术创新优势与白电企业的产品功能驱动相融合,这就会产生世界级的家电巨头”。

在去年的冰箱市场上,正是得益于容声冰箱强大的技术创新优势,可以快速实现对国家突然推出的“节能惠民”政策,提供系统化的产品解决方案;可以通过加快冰箱节能升级引发消费市场的换代。

截止到2012年底,在海信全面入

主容声冰箱后,国内销售规模从2005年的117万台增长到今天的近400万台,增长了近两倍,根据中怡康统计,市场占有率从6.05%增长到12.2%,占有率增长了1倍多。

与此同时,对于三门、多门冰箱消费升级的把握和引领,也成为容声冰箱在冰箱寒冬中寻求增长的“抗跌神器”。自2010年以来,三门及多门冰箱在国内市场销售规模从20%一路攀升至40%左右。

正是凭借不断加快的“产品生命周期”,面对众多市场竞争对手还在深陷两门、单门冰箱的库存消化之际,容声冰箱却悄然推动产品结构“从两门向三门、多门”产品容量从小容量到高端大容量的全面、持续转换。

正是这种领先同行“半个身段”的领先,让容声冰箱既把握了政策东风,又踏上产品升级东风,还把握了消费需求的主通道,从而抢占“节能”这一规模化新增市场,又把握“三门、多门、对开门”这一高端高利润刚性市场。

无疑,海信是通过将黑电领域的技术创新优势,与白电领域的产品功能应用优势,进行跨产业平台的一体化对接,从而逐步完成容声自身竞争力的打造。

家电消防安全标准有望今年实施

■ 本报记者 许意强

“预计今年年底,《电器产品消防安全通用要求》在与相关家电企业和协会充分沟通,达成共识后将正式颁布实施,这将对我国家电产品的防火性能提高到一个新高度”。

4月26日,《中国企业报》记者从“中国阻燃剂与环境安全”研讨会现场得到这一消息。届时,空调、取暖器、厨房电器等家电的塑料外壳,都被强制要求使用阻燃或阻燃材料。

中国阻燃学会委员韩颂青博士介绍,“这一电器消费安全标准出台背后,是近年来公安部消防局对家庭火灾统计后发现,家电成为引发火灾的主要元凶。部里给消防局的压力很大,所以他们才急着要提升家电防火等级”。

公安部沈阳消防所的统计数据显示:2007—2011年火灾物证鉴定中电器产品火灾案例占13.11%,火灾涉及电器产品的案例数量可观。

目前,我国对家电的塑料外壳,并未强制要求使用阻燃材料,只有在涉及绿色认证的印刷电路板等部件中,才会通过添加阻燃剂增加防火性能。在欧美等国家,对于家电塑料外壳虽然未强制添加阻燃剂,但众多企业都主动遵守。

令家电企业感到担忧的是,一旦上述标准实施,在推高家电防火性能同时,也将带来企业生产成本的增加。不过,作为阻燃剂可持续发展促进委员会轮值主席、江苏利精细化工股份有限公司相关人士透露,“使用阻燃剂并不会给家电企业带来较大的成本压力。以使用溴系阻燃剂为例,企业生产成本一般在10—20元左右”。

中国阻燃剂学会秘书长周政教授也认为,“阻燃剂是电子、电器、建筑材料等产品必须使用的添加剂,主要有溴系、无卤。其中,以溴系阻燃剂在中国市场的应用普及最为广泛,具备阻燃效率高、耐热性佳、适用面积广、价格适中等特点,在目前所有溴系阻燃剂中77种产品都是绿色环保,可以大量使用”。



SAMSUNG

Samsung GALAXY S4
与你心意合一

• 5英寸全高清炫丽屏 • 双镜头拍摄 • 手势感应 • Group Play

三星电子官网 www.samsung.com/cn Samsung Apps www.samsungapps.com