

家电·通信 新闻部

负责人:孙道远

电话:6190619 13353765315

邮箱:wbsdy@189.cn

家电·通信投诉热线 6190619 13353765315

读者朋友,您是假冒家电产品的受害者吗?您还对通信运营商的收费感到不解吗?您在购买相关家电产品时被蒙骗过吗?您是否正为商家的售后服务态度冷漠而郁闷呢?欢迎拨打投诉热线,我们将竭诚为您服务。

成本压力大 空调产品面临长期提价预期

□刘思辰

随着志高控股日前公开表示“由于原材料成本上涨,公司对空调产品有提价意向”,空调涨价再次被推向舆论的漩涡中。事实上,从2010年年报和今年一季报都可以看出,多家家电企业空调产品利润率同比出现下滑,业内分析师普遍认为二季度空调产品有较强的提价预期。

2010年年报显示,包括格力、美的、美菱等在内的空调生产厂家的毛利率都出现了同比下滑。格力空调产品毛利率为22.54%,同比下降2.32%;美的空调及零部件产品毛利率为17.68%,同比下降4.81%;美菱空调产品毛利率为8.88%,同比下降3.80%。而美菱电器在一季报中也继续提到了原材料价格大幅上涨的不利影响。

面板厂下调出货 LED液电面板比重降至47%

DisplaySearch最新调研显示,全球LED液晶电视面板出货在2011年第一季度达到1640万片,较2010年第四季的1660万片小幅下滑。报告指出,由于面板厂商纷纷调整LED出货目标,2011年LED背光液晶电视面板出货比例,预估将从53%下降到47%。

据介绍,这种变化的关键原因是当前销售趋势改变,同时高档LED机种价格持续下滑,面板厂将销售策略部分转移到3D面板。而新的制造商持续提高G6与G8产能并专注于CCFL的生产,首要确保稳定业务量。

源的系统解决方案助航。”

孙玉琢指出,与传统家电企业的升级相比,新能源企业的发展动力主要来自于代表未来方向的产品和技术,而后劲则是国家一系列战略政策的支持和推动。这也将成为当前众多太阳能企业突破农村市场困局的发力点。

市场决定成败

对于传统家电企业而言,到底意味着什么?是沿着现有产品的发展方向,积极引进和吸收一些新技术实现传统产品的革命升级,还是实施产品的关联多元化扩张,将触角伸至太阳能、浅层地热能、生物质能等领域,寻找新的产业空间?

刚刚在中华全国商业信息中心公布的2010年度商品销售统计调查中夺得燃气热水器市场占有率和销量双桂冠的万和,其品牌管理部部长李慧珍在接受采访时表示,“燃气热水器第一对于万和已不重要,我们更多的是考虑未来如何立足燃气具事业,通过产品和技术的创新获得好的发展。”

据悉,早在多年前万和电气便投身代表未来发展方向的空气能+燃气、太阳能+燃气、电能+燃气及多能互补能源集成热水系统的研发,并加大了对新型节能环保铝合金换热器热水器的研发,从而实现了将传统产品升级与新兴产业布局的融合式发展。

李慧珍坦言,“上市后的万和将在资本市场上获得更大的成长动力,这也将推动我们在多能互补热水系统上的持续创新。”同样,据了解,去年底成功推出全球首台太阳能光伏发电变频空调的美的,在实现了第1000万台变频空调下乡后,也借助太阳能技术将美的在变频上的优势从中国快速推向全球市场。

工信部副部长奚国华表示

要加强网络与信息安全管理

工业和信息化部副部长奚国华近日在中国通信学会主办的2011年中国通信业网络与信息安全管理高层研讨会上表示,要加强网络与信息安全管理,大力发展国内安全产业和新兴信息安全产业。

责任感、紧迫感和使命感,加强网络与信息安全管理,努力探索一条符合我国国情的网络与信息安全管理道路;大力发展国内安全产业和新兴信息安全产业,加大对电信领域重大自主创新项目的大力支持力度,减少关键基础设施对国外技术和产品、服务的依赖。

安全工作中的重要作用,鼓励和引导电信企业、安全厂商加大网络信息安全技术与产品的研发力度,特别是加强对新一代移动通信、下一代互联网、三网融合、云计算、物联网等新技术、新业务、新应用带来的网络信息安全风险的跟踪研究,探索从源头加强网络信息安全的管理办法,构建安全、绿色、和谐的网络环境。

鼓励先进 加压奋进

商城县联通公司努力打造一流团队

本报讯(杨青)“在我们公司工作虽然很累,但很开心、很充实。大家和睦睦,比学赶帮,这样的工作氛围真的很好……”说这话的是商城县联通公司一位30出头的男同志,他是刚从云南旅游回来的商城县联通公司40名业务精英中的一员。

覆盖面为99%,有力地保障了联通通信随时随地畅通。为了提高员工的整体素质,该公司加大对员工的培训力度,切实让每个员工学会用心服务、微笑服务,在遇到有客户反映问题时都能及时得到解决。

为了做大做强商城的联通业务,该公司总经理余勇身先士卒,带领员工走出去宣传业务。每当大家在工作中遇到了困难,他就鼓励,给他们动力,总是在员工面前表现出自信乐观、健康向上的精神风貌。

由于注重细节,商城县联通公司在社会上树立了良好的社会形象,总体业绩逐年上升。在市最新的工作通报中,该公司2011年第一季度主要业务完成情况全市排名第二,并获得20000元奖励。

3D电视相关标准出台时间未定

多方称不宜过早

日前,工信部把3D电视列入了2011年标准化重点工作,广电总局表示,3D电视的相关标准制定也是其相关部门

重点工作之一。不过虽然两部委在标准制定上都表现出了积极的动作,但在制定标准的脚步上却存在分歧。



作为全球第一款加载Android操作系统的智能3D电视,创维酷开智能3D E96RS系列电视在豫南区域上市以来,因为其采用了新一代“不闪的3D”技术,而且操作系统能不断升级、创先支持全网浏览、网页视频点播、下载安装第三方应用程序及智能操控等众多亮点,受到了广大消费者的青睐,销售不断攀升。

图为创维酷开智能3D Android版电视新品发布会现场,创维集团豫南分公司总经理李强(左)、创维集团信阳办事处经理王玉海(右)与经销商代表一起启动发光球,宣告创维酷开智能3D E96RS系列电视在豫南区域上市。

本报记者 孙道远 摄

一季度彩电零售规模下降

智能、3D技术将是彩电业新出路

据奥维咨询数据显示,今年一季度内彩电零售规模为1046万台,同比下降5.2%,零售额394亿元,同比下降8.2%,这是彩电行业在时隔两年后再次出现一季度零售额齐跌的局面,国内彩电巨头的销售都出现了停滞甚至同比下滑,整个市场增速下降到了个位数,特别是一二线城市市场则开始出现了阶段性下降。

技术、新应用层出不穷。总之,在智能电视和3D电视领域,国内彩电企业这次的动作并不慢于外资品牌。

据了解,从2005年进入快速普及期开始,中国平板电视市场规模已经保持了连续5年的快速增长,而2010年开始其增长规模已经开始放缓,从2009年的接近三位数的增长下降到27%左右,而2011年行业普遍预测液晶电视市场规模增长可能进一步放缓到10%~15%。

事实上,3D电视在今年“五一”已经成为促销的最大亮点,在城市市场渗透率达到了10.8%,在部分卖场甚至出现产品短缺现象,从3D产品的类型结构上来看,偏光式3D产品份额迅速攀升,占据了3D产品市场中40%的比重。

据调研机构DisplaySearch预测,到2014年全球带有网络应用功能的智能电视销量将达到1.14亿台。在中国,从2011年至2015年的5年中,智能电视机市场的年复合增长率将超过60%,到2015年预计将占据90%以上的市场,年销量将达到7600万台。(据《新华网》)

据调研机构DisplaySearch预测,到2014年全球带有网络应用功能的智能电视销量将达到1.14亿台。在中国,从2011年至2015年的5年中,智能电视机市场的年复合增长率将超过60%,到2015年预计将占据90%以上的市场,年销量将达到7600万台。(据《新华网》)

今年3D电视出货量将增5倍

全球知名市场研究公司iSuppli日前发布研究报告称,2011年全球3D电视机出货量将增长5倍,占整个平板电视机市场份额的11%。

于FPR技术的3D电视机。到2015年,SG技术的3D电视机市场份额将下降到50%以下。

该报告指出,到2014年,目前为行业标准的SG技术的3D电视机将逐步让位于FPR技术的3D电视机。到2015年,SG技术的3D电视机市场份额将下降到50%以下。

据介绍,这一转变有可能成为三星的重大威胁,目前市场上主要有两种3D技术,分别是由三星主导的SG技术,以及由LGD主导的FPR技术,iSuppli预测称,FPR技术将在全球3D市场脱颖而出,因为FPR纠正了消费者担心的画面模糊与闪烁问题,且其3D眼镜重量也比SG技术的眼镜轻。

(据《京华时报》)

节能补贴政策即将结束

空调价格上涨10%

实施两年的变频空调节能补贴政策将于月底结束,记者昨天了解到,部分渠道商已接到厂商的调价通知,空调价格上涨10%左右。

在1900元左右,六月份份将可能在3000元左右,涨幅达到50%。相比去年五一期间到处可见的999特价1P空调,今年五一期间最便宜的只打出了1299元。空调价格上涨是显而易见的。”

实际上,空调价格从春节后已开始涨价。新七天电器网北京分公司总经理张明透露:“随着原材料价格的不断上涨,以及国家能效补贴的取消,空调还将继续涨价,以1P格力挂机为例,现在价格

完空调供应商就开始抬高报价,平均供货价大约上涨了二成。据了解,具体价格变化主要表现在新产品价格整体上

家电江湖现明争暗斗 老家电对垒新能源

力的新能源家电,不一定会很快在市场形成销售规模,属于一种战略卡位。毕竟与很多新兴企业相比,这些传统的家电大佬们,有实力、有品牌、有人才,肯定要领先一步。”

美的制冷家电中国营销总部副总裁王金亮指出,“大力发展新能源家电,推动传统家电的技术创新是美的‘十二五’企业规划中的核心内容。”

今年以来,在对家电企业、行业协会、零售商采访过程中深刻感受到,在消费需求不断升级、新技术层出不穷的产业背景下,传统家电业的发展正遭遇关联新兴产业的冲击,面临着被边缘化甚至被替代的危险。

不过,近年来身披绿色、低碳、环保等外衣的太阳能、浅层地热能企业们,也不甘示弱,积极借助国家“节能减排”的政策东风,开始了市场的新布局。

来自青岛海尔的一位从事物联网冰箱研发的技术人员表示,“不做大自己,今后就面临被边缘化或被替代,这绝不是危言耸听。”记者注意到,近年来太阳能热水器在三四级市场上的强势崛起,已将电、燃气热水器挤到了墙脚边。同样,电视机企业如果不推出智能电视,就会面临着被电脑、手机等产业企业的兼容式替代。

去年底,新能源企业四季沐歌则抢先推出物联网太阳能,试图与物联网家电一较高低。同时,还面向城市商业住宅推出了多能互补的一站式热水系统解决方案,在农村之外寻找新的增长点,还要进一步挤压传统热水器的生存空间。太阳能则悄然布局太阳能光热空调的研发,立足于太阳能光热的技术升级与创新。地源热泵技术系统集成商华清地热能继北京奥运会后,再度为上海世博会提供江水源和地源双系统的绿色中央空调解决方案。

自去年以来,老牌家电企业围绕产业升级陆续推出了一系列趋势性技术解决方案,海尔的全套物联网家电、美的全套太阳能光伏白电、万和的多能互补能源集成热水系统、小鸭的智能电网洗衣机、长虹的太阳能光伏电视、新飞的太阳能光热冰箱等层出不穷。

在家电维修家孙玉琢看来,“这些大企业发