空调业价格战为何打不响了

本报记者 周 雷

透视

夏季来临，面对市场增速放缓、库存高企的严峻形势，不少空调企业又打起了价格战。不过，业内专家认为，家电业已进入调整期，单纯依靠价格竞争冲销量效果有限；消费者购买行为日趋理性，也让厂家“以价换量”的预期落空，价格战难以打响。与此同时，一些空调企业及时调整策略，从细分市场、产品渠道创新等方面发力，结合自身特点把新品做精做透，在同质化竞争中另辟蹊径——

在山东青岛的某家电卖场，销售人员正在向消费者介绍最新的空调产品。 本报记者 赵 晶摄

随着夏季的到来，空调销售又进入旺季。空调企业除了寄希望于高温天气助阵之外，不少企业又打起了价格战。

自去年9月以来，面对市场增速放缓、库存高企的严峻形势，格力率先发力促销，国内空调企业纷纷跟进，空调市场已有几年未见的价格战开打。从今年3月份开始，一些空调生产企业又掀起低价攻势，喊出了“让空调价格回到N年前”的口号，有企业甚至推出了不足千元的特价机型，意欲提振市场销售。奥维云网的监测数据显示，仅“3·27促销”当周，空调市场整体均价同比下降8.7%，环比下降12.3%。

愈演愈烈的空调价格战，引发了各界关注，有关方面态度鲜明地“叫停”。中国家用电器协会有关人士就此分析说，经过前些年的产销高增长之后，家电业进入了调整期，产能过剩、消费透支的影响将持续显现。在今后一段时间需求总量没有变化、零增长甚至有所下降的背景下，空调等家电产品单纯依靠价格竞争冲销量，效果是短期的、有限的，搞价格战并不利于行业的健康发展。

正如有识之士所料，在消费者购买行为日趋理性的情况下，市场形势并未朝着厂家“以价换量”预期的方向发展。市场研究公司中怡康新近发布的线下监测数据显示，今年4月，空调市场零售量同比下降8.63%，零售额同比下降13.67%。这表明，空调行业在4月发动的一轮价格战没有收到明显效果。“五一”的市场则依旧惨淡。据中怡康数据显示，“五一”期间空调市场零售量同比下降4.7%，零售额同比下降9.8%。

“急功近利打价格战没有前途。”中国家电协会理事长姜风多次提醒企业，要吸取一些品牌打价格战的前车之鉴。面对行业大调整，企业务必要遵循市场规律，找准发展方向，着力通过加快转方式、调结构实现提质增效。

实际上，市场需求才是最好的指挥棒。在价格战不奏效的情况下，一些空调企业已及时调整策略，给低价促销行为降温，紧盯消费者需求变化，从细分市场、产品渠道创新等方面发力，谋求从同质化竞争的“红海”中突围。

今年“六一”前，奥克斯推出了具有童趣卡通外观的智能儿童空调。奥克斯家电集团副总裁古汤汤表示，在充分调研了奥克斯全球家庭用户的使用感受后，企业为儿童量身定制了这款空调。该产品除了具备超静音运行、除甲醛、自动水洗、智能清洁等特点，还针对儿童生理特点设置了“舒睡宝”功能，可通过红外探头随时监测儿童体温变化，同步智能化进行风量、风力、风向、温度的调节。此外，家长还可对空调进行远程控制。

在技术、资源相对成熟的情况下，奥克斯投身细分市场做精品，可谓另辟蹊径。当前，消费者全面提升生活品质的意愿强烈。一些空调企业打破了产品开发定势，开始根据厨房、儿童房等特定环境和人群的需求定制产品，为消费者提供良好的烹饪、睡眠环境。空调大路货卖不动了，价格战自然打不响了。企业唯有创新产品才能提升溢价能力，创造新的增长点。

同样是5月底，为抢占“互联网+”风口，美的与苏宁联合发布空调“智能+”计划，并签署50万套的物联网智能空调采购大单。“预计到2015年底，美的物联网智能空调在苏宁体系占比将达30%。”美的家用空调事业部总裁吴文新表示，此举将全面打通“用户、产品、渠道”方面的壁垒，让更多消费者能够用上智能空调。为此，厂商开展联合办公，共同制定营销策略，开展个性化运营。苏宁将1.67亿会员与美的开放共享，共同开发专属美的会员营销产品和服务，并将采用C2B反向定制模式打造极致单品。此外，苏宁还将在全国一二线城市推出“线下智能体验计划”，让消费者享受美的智能空调的“产品体验、专业导购、配送、安装、维护”等一站式服务。

尽管空调市场整体低迷，但消费升级的趋势并未改变，结构性增长的机会依然存在。有预测数据显示，到2020年，国内智能家电的整体生态产值将突破万亿元，智能空调蛋糕也将越做越大。与此同时，相对于线下销售下滑，线上市场呈现出较高的成长性。中怡康数据显示，“五一”期间空调市场线上零售量为36万台，同比提升18.9%；线上市场零售量份额占比达到4.6%，较上年同期提升1个百分点。美的等企业通过与电商巨头紧密合作，积极布局卡位，推动智能空调产品普及，将有望在新一轮的家电更新消费大潮中挺立潮头。

新闻眼

国家发改委报告显示

一季度新兴产业实现稳定增长

本报讯 记者林火灿报道：国家发展和改革委员会日前发布的一份报告显示，今年一季度我国战略性新兴产业实现稳定增长，产业发展后劲较足，发展趋势较为乐观。

这份名为《战略性新兴产业引领发展》的报告透露，一季度战略性新兴产业的27个重点行业累计实现营业收入39643.7亿元，同比增长11.1%。其中，工业部分营业收入增长10.1%，并比去年同期增速高0.4个百分点。新型计算机产品、电子器件产品、视听设备、光纤光缆制造、生物化学农药及微生物农药制造、航空航天器及设备制造、新型铁路运输设备制造、光伏设备及元器件制造、风能原动设备制造9个行业逆势加速增长，软件和信息技术服务业收入增长17.5%。

一季度，我国战略性新兴产业实现利润1631.7亿元，同比增长17.7%，与工业总体利润增速出现负增长形成对比。从发展趋势看，战略性新兴产业企业对于未来发展保持乐观，对于今年二季度的预期信心指数和预期景气指数分别达到了160.9和164.5，均处于较强景气区间。

报告同时指出，由于一些体制机制方面的束缚，战略性新兴产业平稳健康发展存在一定掣肘。例如，数据和“互联网+”相关产业发展需要已有数据的开放共享，但数据“孤岛”现象较为严重。产业链不完善已成产业升级的障碍，相当部分产业领域原材料和零部件对国外依赖度较高，一些整机产品的利润率还不及原材料和零部件利润率高。

“融资难”、“融资贵”问题也束缚了企业发展，战略性新兴产业领域调查企业一季度投资景气指数仅为117，比上季度下降4.9，反映出企业融资难度加大。特别是创新型中小企业由于轻资产等特点，难以从银行获得抵押贷款。

沪昆高铁“第一长隧”贯通

本报贵州六盘水6月7日电 记者吴秉泽 王新伟报道：全长14756米的沪昆高铁壁板坡隧道今日全线贯通，为沪昆高铁明年全线开通运营奠定了重要基础。

壁板坡隧道为沪昆高铁的第一长隧道，位于云贵高原黔滇两省接壤地带，隧道进口位于贵州盘县，出口位于云南富源县。

沪昆客专全长2264公里，是国家《中长期铁路网规划》中“四纵四横”的快速客运通道之一，东起上海，西至昆明，由沪杭客运专线、杭长客运专线，以及长昆客运专线组成。目前，沪昆高铁上海至湖南新晃段已开通运行，新晃至贵阳段也已进入联调联试阶段，预计6月中旬开通运行。

本版编辑 于 泳 杨开新

APFNet
亚太森林恢复与可持续管理组织
Asia-Pacific Network for
Sustainable Forest Management and Rehabilitation