

空调市场先抑后扬 新冷年跨入APF时代



□ 张开学

2013冷年的空调市场,在全国普遍高温天气影响下,实现了先抑后扬的增长局面,美的、海尔、海信、志高等品牌增长明显。随着10月1日变频空调新能效标准的实施,2014冷年将步入APF时代,空调行业格局的调整势在必行。

高温天气拯救空调行业 先抑后扬实现增长

入夏以来的持续高温天气,让空调行业彻底火了一把,甚至在8月这个被视为空调销售的传统淡季,各大空调品牌的销售量仍然远超去年同期。

美的、海尔继续领跑 海信、志高增速明显

目前,我国空调行业呈现美的、海尔等三大品牌主导的寡头格局。据了解,上半年美的、海尔等三强的空调产量与内销量均占据了近70%的份额,出口占比也将近6成。中怡康零售监测数据显示,2013年1—6月高效能(一、二级)变频空调市场,美的空调以27.7%的

2014冷年空调跨入APF时代

自10月1日起,变频空调新能效标准将正式实施,我国空调行业将正式由SEER时代跨入APF时代。新的变频空调能效标准引入了APF评价指标,既考虑了空调的制冷能力又包含制热因素,对空调整体产品的节能水平提出了更全面的要求,大幅度

刚刚过去的2013空调冷年,绝对可以用荡气回肠四个字来形容,因为经历了2012冷年罕见的行业负增长,2013冷年空调行业终于扬眉吐气,得益于全国居高不下的高温以及节能补贴政策末班车效应等因素,空调行业实现了逆势增长。据工业和信息化部最新数据统计显示,2013年1—6月家用空调销售量同比增长3.64%,销售额同比增长17.1%,利润同比增长36.2%。尽管7月份数据还未统计出来,但7月份全国各地持续

销量占比位列所有品牌的第一。同时在2013年1—6月高效变频空调畅销排行榜上,美的ECO节能系列的尚弧(35KB)和悦弧(35LB)分别以14.44%和4.19%的销量占比高居一级和二级变频空调畅销型号榜首。

而据产业在线的月度市场数据显示,今年5月海尔空调的产量、出口量呈现出的数据则显得格外抢眼,在产量方面,海尔达到了同比14%的两位数增长,稳居行业第一;在出口增幅方面,行业第一阵营中海尔是唯一实现正增长的品牌。

提高了产品的准入门槛,对空调厂家在制冷系统匹配、变频控制技术等方面都提出了更高的要求。新能标下,空调行业的市场格局将继续深刻变化,强者愈强,而弱者将无可避免地被淘汰出局。

根据《转速可控型房间空气调节器能效限定值及能源效率等级》要求,我国变频空调的能效限定值从现行的3.0提升至3.9,准入门槛由5级提升至3级,原3级、4级、5级空调将被彻底淘汰,1级、2级空调自动下调至2级和3级。同时,新标准还将新增1

级能效产品。当前,4、5级能效空调产品的市场存量已微乎其微,但3级能效产品还保有一定的库存量,按照新能效标准的要求,预计有30%以上的变频3级空调产品面临出局。

2014冷年,对于中国空调行业,是一个新的时代的开始,APF新能效标准的实施之下行业竞争格局又会发生怎样的变化?2014冷年新一轮市场厮杀已经蓄势待发。

从品牌竞争格局和各级市场格局的变动方向来看,结构性的调整显得更为明显,2013冷年以海信科龙、TCL等为代表的综合性家电企业在空调产品上的增长幅度远远高于行业的平均水平,特别是随着苹果派A8系列产品上市销售,海信空调在2013冷年强势“突围”,为企业构建市场增长的新通道。中怡康最新数据显示,海信空调本年累计销量截至目前已实现超过75%的“爆发式增长”,高居各大空调品牌增幅前列。

级能效产品。

当前,4、5级能效空调产品的市场存量已微乎其微,但3级能效产品还保有一定的库存量,按照新能效标准的要求,预计有30%以上的变频3级空调产品面临出局。

2014冷年,对于中国空调行业,是一个新的时代的开始,APF新能效标准的实施之下行业竞争格局又会发生怎样的变化?2014冷年新一轮市场厮杀已经蓄势待发。

相关链接:空调APF新能效标准新品前瞻

APF即冷暖型空调全年能效效率,是目前最为合理的空调能效评价指标,对比旧标准,APF兼顾了空调的制冷能力与制热因素,因而更为全面。次标准将于今年10月1日开始正式实施,美的、TCL等品牌在2014冷年开盘之际,纷纷推出新能效标准的空调产品,让我们一睹这些空调新品的风采吧。



美的誉驰 (26QA100)

这款新品应用了美的“一晚1度电”的ECO节能空调技术,外观时尚大气,内机采用全封闭设计,是一款APF一级能效产品。



TCL e智钛金变频空调

这款新品延续了TCL钛金变频空调的DNA,结合了DSP智能芯片和ECO主动节能技术,控温节能更胜一筹。

2013年8月1日,第三届中国国际清洁产业博览会(以下简称“清博会”)于北京国家会议中心盛大举行。蓝月亮凭借不断创新的洗衣科技,及不断践行低碳环保的生产经营理念,荣膺“新清洁绿色贡献领航者大奖”,成为日化行业唯一获此殊荣的品牌。同时,由蓝月亮举办的“蓝月亮节”在清博会上隆重开幕。

据了解,为进一步突出清博会“新清洁点亮新生活”主题,鼓励人们追求健康生活,美化环境、节约资源、追求效率、环保安全的新清洁理念,协助企业树立绿色形象和品牌,引导消费者选择环保类产品,促进绿色市场的形成,清博会组织委员会为参与活动的企业特设立了“新清洁绿色大奖”。

坚持绿色经营理念,以帮消费者解决洗衣难题为己任——作为洗衣液领导品牌,蓝月亮一直践行低碳环保的绿色经营理念,以为消费者解决洗衣难题为己任,不断潜心研发高科技环保绿色产品,创新洗衣科技,把消费者认为不可能洗干净的衣服洗干净,从最大程度上减少了由于衣服洗不干净被丢弃而造成的浪费。为此还举办了

蓝月亮荣膺“新清洁绿色贡献领航者大奖”

“科学洗衣中国行”活动,为消费者免费解决洗衣难题,致力于拯救100亿件衣服。

坚持绿色生产方式,获“新清洁绿色贡献领航者大奖”——同时,蓝月亮坚持选用绿色环保、可再生原料;提倡循环利用,降低包装材料消耗;注重清洁生产,降低生产能耗;创新洗衣科技,使衣服更易漂洗。

在绿色环保方面成效卓著:通过优化包装设计,每年节省600吨塑料;提倡包装材料的循环利用,推出各类产品补充装,提高泵头和喷枪循环使用率,每年可节省逾300吨塑料;蓝月亮洗衣液采用低能耗、低污染的常温生产技术,吨产品综合能耗仅为普通洗衣粉的2%,达到行业领先水平,节约了大量能源;蓝月亮洗衣液采用特有的低泡易漂技术,可减少每次洗衣的漂洗次数。据了解,全国每年用于衣物漂洗的水是60-80亿吨,若用蓝月亮洗衣液洗衣服,至少能节约15亿吨水,相当于101个西湖。这也就意味着少排放了15亿吨生活废水,大幅降低了对环境的影响。

因蓝月亮在绿色、低碳、环保方面贡献突出,本届清博会组委会授予“新清洁绿色贡献领航者大奖”。

“蓝月亮节”开幕,提出洗衣新主张——作为本届清博会的一个亮点,“蓝月亮节”的开幕同样备受瞩目。据介绍,“蓝月亮节”是集挑战洗衣难题、展出蓝月亮高科技洗涤产品、传授科学洗衣方法、提供优质服务为一体的洗涤盛会,在全国各大卖场、社区、高校持续拉开帷幕。在“蓝月亮节”开幕式上,蓝月亮首度曝光“生活中洗衣的问题千万种,但是洗衣难题就两个——去油斑、去色渍”这一洗衣新主张,并公布解决这两个问题的产品和办法:用蓝月亮手洗专用洗衣液和“干衣预涂法”去油斑,用蓝月亮色渍渍净和“色渍浸泡法”去除衣服发黄、水果渍等色渍问题,让消费者能够轻松解决洗衣难题。



中国洗涤用品工业协会理事长郑虹出席“蓝月亮节”开幕式并致辞