

今年的空调市场众说纷纭：一边是苏宁预测空调价格将上涨10%，另一边国美预测会下降5%；一边是由于去年市场萎靡不振，让众品牌倍感“亚历山大”，另一边山东空调市场春风劲吹，回暖之早让人措手不及；一边是空调库存1800万套创历史新高，另一边大打“节能牌”不拼价格拼技术。这不禁引人发问：空调，你今年到底要弄哪般？

市场冷暖空调先觉

□张开学

空调价格是涨是跌？

前几天苏宁发布了2013年空调白皮书，提出今年空调价格将上涨10%左右。有意思的是，国美电器随后也发布了今年空调行业白皮书，预测空调价格将下降5%左右。一边喊涨，一边喊跌，让人看起来着实摸不着头脑。

国美方面称，空调价格下降主要由以下几个因素导致：随着今年经济形势回暖，城镇保障房陆续投入使用，三、四线市场增长依然强劲以及政府政策的支持，2013年消费需求将会持续上扬；另外，空调市场以铜为核心的原材料价格将会与去年基本持平，部分原材料还随着需求变化而有所下降。

而苏宁此前的判断则为，受到基础成本、产品结构、政策因素、上游生产商战略等因素的影响，2013年空调产品价格将稳中有升，消费结构升级带来的成本压力则是空调均价上涨的主要因素，价格或将上涨10%。

业内人士分析指出，这并不是两大连锁巨头对空调价格出现的第一次分歧，此前数年国美与苏宁在空调价格上都出现了分歧，但是空调企业过去几年空调机型转换较快，价格不具可比性。至于谁预测得准确，只有留待市场来检验了。

空调市场回暖提前

两大连锁巨头虽然在空调价格走势上分歧较大，但对空调市场销售回暖持相同意见。国美预计空调市场消费规模同比提升11.2%，其中一、二线市场空调销售规模金额将达到700亿元，同比2012年增长7.0%。苏宁的看法相对保守，预计市场规模将相对稳定且略有回升，行业整体将出现回暖，预测整体规模或扩容8%。

空调市场回暖已被众商家一致认同，3月初山东空调市场硝烟弥漫便是最好例证。据济南海信空调负责人介绍，海信空调从3月4日至8日在全省范围内开展了大型认筹活动，苹果派A8系列超薄挂机节能补贴后仅售2499元，引爆了山东市场空调大战的第一弹。记者从济南海尔了解到，海尔空调业启动了大型认筹活动，使用海尔空调20年的老用户享受免费换新机，冰箱和洗衣机更是从3月7日就启动了节能双重补贴、老用户发票换机和购买组合套机送小家电等活动。美的方面则于3月6日启动了“一晚一度电 节能见证大使”招募活动，向全省范围内召集20位消费者作为美的“一晚一度电”系列的见证者，奖励每位见证者一台空调，由此拉开了“美的空调火三月”的热销大幕。

有行业人士戏称，空调市场由去年的萎靡不振到年初春的提前爆发，犹如济南的春天一样，冬天还没过完春天接着来临，让众商家有一些措手不及；但与泉城之春不同的是，这股热浪会一直持续下去，而不是稍纵即逝，众商家则要尽早判断，以期获取更多的市场蛋糕。



在卖场咨询的消费者尤其关注空调产品的新功能、新技术

是价格战更是技术战

山东市场的“空调大战”已提前揭幕了，而且与往年相比要来得更早、更激烈一些。据记者了解，2012年空调行业的库存规模创近五年之最，达1800万套，天量库存对众商家市场运作的影响显而易见，对遗留库存的处理也将影响整个空调市场的价格体系和产品结构。为了清理库存，价格战显得不可避免。

与此同时，变频空调能效标准《转速可控型房间空气调节器(“变频空调”)能效限定值及能源效率等级》的修订工作已经基本结束，修改后的变频空调能效限定值将从现行的3.0提升至3.9，市场准入门槛也将由5级提升至3级，新修订的标准还对冷暖式空调引入了全新的全年能源消耗效率(APF)指标，预计下半年将开始实施。业内人士分析认为，新春过后，空调行业即将开启一轮围绕变频空调的产品升级换代和行业新一轮的洗牌，不但产品将更加节能、环保，而且也将引导空调产业竞争向技术层面发展。

面对空调大战的风云变幻，各品牌也力求变革图存，从“价格战”向“技术战”转变的特点也越发明显，促销不光是关注于价格的厮杀，而是更加看重核心技术的比拼。美的空调打出了“一晚1度电”的技术牌，海尔则推出除甲醛、除PM2.5功能的产品，海信也着眼从外观到空气调节功能的转变，技术比拼正成为行业的共识。

业内人士指出，产品技术的升级和转变是占领市场的核心和根本，但在营销层面更需要“技术”，抢占市场不仅需要过硬的技术和诱人的价格，更应该在营销上未雨绸缪、先下手为强。

佳能喷墨打印机腾彩PIXMA新品耀世登场

近日,佳能(中国)在上海举行了佳能喷墨打印机腾彩PIXMA新品的发布活动。佳能(中国)有限公司董事长兼首席执行官小泽秀树先生等佳能高层出席了此次发布会。

佳能在此次发布了MX系列商用多功能传真一体机MX928、MX728、MX528、MX458和MX398,以及1款经济型多功能传真一体机E618。连同1月发布的3款照片打印机和1款扫描仪产品,佳能在一个季度内相继发布多款喷墨打印机新品,再次证明佳能对中国市场的信心。

佳能本次发布的商用多功能传真一体机种类丰富,MX928和MX728定位高端商务市场,MX528、MX458和MX398适合中端用途,E618致力经济打印,丰富多样的选择可以满足目前商用输出市场上的多种应用需求。佳能商用多功能传真一体机秉承着“专业、智慧、信赖”的产品理念,不断为用户带来更为优质的使用体验。

本次发布会上还展出了喷墨照片打印机系列产品:MG6380、MG5480、iP7280以及扫描仪CS 9000F Mark II等新近发布的机型。秉承“照片就要打出来”的理念,为用户的



工作及生活提供更加高效、便捷、高品质的乐趣打印体验。

在此次发布会上,小泽秀树先生介绍了佳能在近年来的发展动态和战略规划。小泽秀树表示,佳能喷墨打印机继2011年超越HP在中国获得市场第一份额之后,2012年在中国市场继续独占鳌头。

成绩对于佳能来说意味着一种动力。未来,佳能将会进一步深入研究市场,加大对打印机产品的研发投入,根据用户需求推出符合中国消费者需求的产品,力求让佳能的产品成为中国广大用户的信赖首选。

佳能敏锐地捕捉到了中国消费者对于彩色影像输出、家庭打印不断上涨的需求,在去年发布了彩色版喷墨打印机,在行业内开启了“色彩点亮生活”的新篇章,不仅一举颠覆了打印机作为传统办公设备的刻板印象,让佳能的影像产品更具亲和力 and 时尚味道,也让打印机更多家庭用户感受到了打印的乐趣。佳能致力于满足中国消费者在影像输出领域的全面需求,在2013年将继续深挖中国市场,让打印机成为用户工作上的得力助手和生活上的好伙伴!

索尼2013年春季液晶电视新品强势出击

近日,索尼(中国)有限公司在上海举行春季新品发布会,发布了由65寸、55寸4K液晶电视领衔,共计9个系列的2013年索尼BRAVIA液晶电视春季产品阵容。

索尼(中国)有限公司总裁栗田伸树介绍指出,4K已经成为消费电子行业发展的新坐标。在销售旺季,索尼84英寸4K液晶电视的市场销售超过预期,这充分说明了中国消费者对于索尼4K的高度认可。

索尼集团高级副总裁,家庭影音娱乐事业本部副总裁高木一郎参加发布会并致辞。他指出,索尼对电视的定位首先是要带给用户最佳的画质和音质体验,其次是要把电视作为家庭娱乐的核心,将娱乐数码产品进行整合连接,充分发挥每一个产品的功能和价值。本次发布的每一款新品中都渗透着如上理念。通过融入更多的创新科技元素,BRAVIA 4K液晶电视将为消费者带来索尼有史以来最好的高端画质体验。

2013新款BRAVIA 4K液晶电视搭载高画质的索尼及创新“TRILUMINOS Display”宽色域显示技术,结合先进4K技术带来的超精细画面细节和丰富色彩,拥有索尼有史以来最真实的画质,为消费者带来最好的观看体验。

该系列内置了此特定图像信息数据库,能够对画面中人物、文字、风景等对象进行针对性的优化分析处理,呈现出细节丰富的4K画面。无论用户观看的是蓝光光碟、现场直播的电视节目、IPTV还是手机视频,您都可以在4K屏幕上享受到生动逼真的图像。

除了致力于为消费者带来超高分辨率的美丽图像外,索尼还在“色彩”这一领域上精益求精。其最新研发的宽色域显示技术,再现真实自然色彩,使红色更鲜艳、绿色和蓝色更接近自然。

索尼全新4K液晶电视配备索尼独有高品质声音信号处理技术。全新的索尼4K液晶电视将独家信号处理技术应用于电视扬声器上,为追求音质的顾客带来更高层次的音效体验。

索尼还内置了众多不同功能的电视应用,并还将不断推出新的电视应用程序。“华数互联网电视3D频道”提供3D影视内容点播服务,可以让消费者在线点播海量视频内容。此外,索尼独有的婴儿宝应用,可让用户在观看电视的同时,时刻关注在其他房间里婴儿的睡眠情况。而内置的电视浏览器则让用户能在客厅的大屏幕上直观、便捷地上网。(张秋琼)

济南首家贝黎诗专业美容中心盛大启幕

2011、2012连续蝉联《时尚COSMO》中国年度最佳美容连锁品牌的高端美容机构——贝黎诗,已于2013年3月6日在贵和中心新馆盛大开启。作为中国高端美容行业领导品牌的典范,贝黎诗专业美容中心独家将Thalgo、Ericson两大法国专业美容品牌统揽旗下,全新阐释海洋活力、高科技生化疗法的护理理念,带来欧美专业美容更重视健康、回归自然、更具疗效性和复合功能的潮流体验。会所式私密空间,个性的服务方案,为泉城女性带来不一样的美丽感受。29个城市,50家高端美容会所,一卡通用,让你不出济南,就可以感受高端护肤的潮流体验,更多美丽资讯,请登陆www.palaispa.com。

绿色家居就选大自然地板

大自然家居以促进人们的居家愉悦和生活品质为愿景,运用地板与家居产品的专业经验,旨在让消费者享有高品质绿色家居生活。大自然家居积极推进“中国绿色版图工程”,在全国各地建立了10个生态林,植树60多万株,面积超过11万㎡;大自然地板与上海世博会零碳馆结成战略合作伙伴,用行动践行自己的绿色使命、领跑绿色家居。

大自然家居自2006年起,在济南连续七年举办植树造林活动,受到省市领导的高度肯定。另外企业联和省团委、希望工程办公室、青少年发展基金会举办了“低价义卖,资助贫困儿童”活动,捐款资助了百余名贫困儿童。大自然家居在三月的春风春雨中培育自己的希望之树,寄情于林,种下希望。3月16日大自然地板第八届植树节即将举行。

2012岁末大自然地板Nature原装进口红星美凯龙店盛装开业,以“全球品位地板”为品牌宗旨的大自然NATURE原装进口品牌,再度掀起地板消费热浪浪潮——数款波兰宝林纳(Barlinek)三层实木地板,由NATURE独家代理并强势推出,获得了追求品位生活的消费者的一致青睐。

2013年新春大自然地板引进新品仿古美学地板,在复合地板的基础上添加了超强的耐磨层,完美的结合了复合木地板和强化木地板的优点,既有仿古地板的古典美,还有超强的耐磨度。将仿古的美学理念融入到整个家庭环境中去,美观大方,能适应各种装修风格。为迎接3.15的到来,大自然地板将以惊爆价供您选购,3.15大自然地板淘宝季开始开仓放价!敬请期待!2013年3月3日大自然天然大豆胶系列地板活力上市!大自然大豆蛋白胶实木复合地板是一个划时代的科技创新产品,其采用的生物质大豆蛋白胶是一种无甲醛胶黏剂,极大地提高了胶接强度和耐水性。该材料是可再生资源,有利于节约资源和保护环境。大自然地板该技术处于行业领先地位,响应国家战略需求,属于绿色经济产品。大自然大豆蛋白胶实木复合地板将带来完全不同的绿色居住空间,掀起一股新的环保地板消费热潮!