

# 经理日报

2011年3月21日 星期一  
辛卯年 二月十七  
第072期 总第6844期  
今日12版

新闻热线:(028) 87369123  
传真:(028)87346406  
电子邮箱:dmdcjb@sina.com  
责编:王萍 版式:黄健 校对:梅健秋

THE MANAGER'S DAILY

## 日本地震“触”动中国经济

日本地震给日本国民带来重大伤亡和财产损失的同时,也对中国各行各业造成了一定的影响,面广而且复杂。

[详见 A2 版《专题策划》]



◎ 图为奥克斯空调代言人李连杰在发表感想。

## 李连杰助力奥克斯 “壹计划”战略横空出世 “销突”千万 ——全球首款变频壹系列空调树能效新标杆

财经评论 | Caijing Pinglun

### 空调企业“突围战”已鸣枪

陈军君

中国空调市场美的、格力“双寡头”格局正面临挑战,随着变频空调份额的快速提升,各大品牌重兵集结,通过变频撬动市场的新一轮洗牌已悄然展开。

身处第一阵营的美的选择再布一子,且定位高端,此举可理解成以攻为守,是为巩固自己的龙头地位。而奥克斯、格兰仕则是进攻不断,试图借用变频空调的发展机会,摘掉二线品牌的帽子,冲进第一阵营。

空调市场的巨大容量与行业的快速增长为企业带来了激动人心的想像空间。

纵观中国空调市场,从“价格混战”的多品牌时代到“国产三分天下”的政策时代,再到已然来临的“变频节能”科技时代,每个阶段转换之际都暗藏着巨大的市场机遇。正如中国家电行业协会秘书长徐东生所言,国内空调市场竞争呈现规模化、品牌化、营销化等新趋势,越来越多的空调企业将竞争重点从价格战转向了产品细分的差异化较量;随着国内市场消费升级,消费者的需求也从只求便宜转向讲究产品功能、追求节能及舒适性。

“美的集团千亿级的产业规模和国际化战略采购平台、强大的分销、技术实力以及灵活的企业机制,为小天鹅空调占据了产业链上的有利位置,建立了全面的领先优势。”美的制冷集团中国营销总部副总裁王金亮说。

“让奥克斯成为经销商抢着经营的品牌。”奥克斯国内营销总经理金杰说。

“谁能静下心来踏踏实实为消费者做实事,让消费者用得舒适,感受到空调产品带来的幸福体验,谁就掌握了开启成功之门的关键钥匙。”格兰仕空调产业群总裁韩伟说。

三家企业空调掌门人对产品及市场的理解不尽相同,也预示着在接下来的旺季市场争夺中,将各显神通。

针对空调行业的白热化竞争,有专家表示,中国白电企业的整体产能已升至巅峰,如何在核心技术及价值链上游破冰,并以自主品牌在海外有所突破,将是空调企业突围的关键一环。

张文胜 陈嫦文 / 图

3月14日,奥克斯全新“壹系列”变频空调在北京正式上市,国际巨星李连杰的助阵再一次见证了奥克斯变频技术的“真功夫”。同一天,奥克斯发布了2011“壹计划”战略。

#### 奥克斯 2011“壹计划”

在奥克斯空调2011壹计划战略发布暨变频系列全球首发式上,奥克斯空调事业部总经理王玉龙先生表示:“为了向更高的目标迈进,并牵引奥克斯空调能够更加持续稳健地发展,结合目前的市场环境和我们的实际状况,我们制订了未来三年发展计划即壹计划。聚焦规模的增长,通过一流的技术,一体化的价值链支撑,一贯的社会责任造就的企业形象,实现1000万套空调销售规模,打造一个受人尊重的空调品牌。”他表示,通过三年的努力,实现规模化

销量突破1000万台,始终如一的核心渠道和分销网点是成长的关键,三年之内分销网点覆盖全国,重点市场重点突破,给予资源倾斜,由东往西,由北往南,三年之内有步骤地开展,在重点市场占有率达到20%以上。2011财年达到600万台,2013年达到1000万套,保持快速增长,实现规模突破。

一流的技术,一流的研发团队,一流的技术中心,先进的研发机制和流程,使奥克斯成为掌握变频核心技术的先行者,成为健康空调的倡导者和实践者,成为空调行业技术革新的领导者之一。

首先,坚持科技创新,保持技术领先优势和成本优势,加大科技投入,同时,用一到两年的时间,建立研发体系;第二,关注高能效和智能化的发展趋势,加大变频和风道技术等核心技术的研发力度,打造行业价值新标杆;第三,以客户需求为核心,致力于空调制热的研发,解决了超低温环境中无法正常制热的行业难题;第四,在做实做强空调技

术的同时,向热泵热水器差异化产品延伸;第五,建立奥克斯瑞萨联合实验室,成为真正掌握核心技术的厂家之一。

#### “壹系列”变频空调走俏

据悉,奥克斯壹系列变频空调能效比最高可达6.5,较普通变频空调省电40%以上,是目前全球在售空调能效比之最。

据业内人士介绍,变频空调能效比是在规定条件下,空调进行制冷运行时实际制冷量与实际输入功率之比。空调能效比越大,在制冷量相等时节省的电能就越多。按照国家相关标准规定,

(紧转 A2 版)



### 回应央视曝光 国美:整改问题门店 锦湖:央视“欠准确”

2011年“3·15”晚会,照例曝光了一些行业的内幕,这也激起了网民们的义愤,很多网友呼吁,要严惩这些给社会带来严重危害的违法企业,还消费环境以清静。3月16日开始,被曝光的企业陆续作出反应。

#### 被曝“骗补” 国美称将整改

利用以旧换新政策套取国家补贴,国美电器成为今年3·15晚会的打击对象。16日下午,北京市商务委对国美的骗补行为做出处理:没收国美电器家电以旧换新保证金10万元,同时取消国美公主坟店、花园桥店、西三环店以旧换新的资格。

国美方面16日表示,将对出现问题的门店进行有效整改,对国美自有营业员与

厂家派驻销售人员的经营行为进行严格管理。对于个别销售人员截留消费者赠品的现象,国美将进行自查;同时,国美将对消费者进行全面回访,对发现因此造成损失的消费者进行补偿。对个别门店的国美自有营业员与厂家派驻的销售人员为了追求个人销售业绩,利用国家家电“以旧换新”政策违规取得“以旧换新凭证”的行为,国美将追究当事人的责任。

#### 被指掺假 锦湖称“欠准确”

3·15晚会上,锦湖轮胎被指大量使用废料返炼胶。16日,锦湖轮胎声明称,锦湖天津工厂已邀当地质检局到厂对相关生产线进行检验,央视“简单通过视频中添加不

同胶料的数量就判定该公司违规操作欠准确”。

轮胎企业韩泰相关人士表示,轮胎从制造到出厂需经过相关部门的第三方认证。目前,国家橡胶轮胎质量监督检验中心是中国唯一的国家级橡胶轮胎实验室,是国家授权认可的鉴定检验机构。

一日本轮胎企业相关负责人表示,“指责单一的轮胎企业有点欠合理,每个轮胎企业的产品在大批量生产之前,国家相关部门就对轮胎样品进行抽查评测合格后才发证书,有了证书才能进行批量生产。”该人士称,目前,在国内销售的轮胎均需经过国家的3C认证,有这个标志才能在国内销售。(本报综合)



### 本期导读 | 大财经

REVIEW FINANCE

### 经 营企业 | ENTERPRISE

A3 虎口拔牙 浩洋娇子进驻金华

A4 “谣盐”——无知者的恐慌

### 理 通商道 | COMMERCIAL

B1 董明珠:像男人一样“闯江湖”

B2 大学生创业,成功者多是“从小做起”

### 财 智人生 | LIFE

B3 格兰仕“智造”中国“苹果”

B4 绿色豫光给力“绿色冶炼”

### 富 在市场 | MARKET

C1 糖酒会永驻成都 众企业早占“春光”

C4 四川康骨医院 试水“会员制”初见效

### 变频空调 迈步市场“黄金期”

3月16日,湖北空调行业研讨会20余位空调厂家负责人和专家一起,分析市场,预见趋势。

短短三年内,变频空调逐渐为消费者所接受。国家信息中心公布,90%的消费者认同变频空调耗能低、舒适程度高的优点,并表示在购买时会优先选择。

武汉国美电器总经理吕红曦认为,今年将是空调行业快速发展的一年,以旧换新及惠民补贴的实施,加快了家电行业的更新换代,同时也加速了家电产业的结构调整。数据显示,去年变频空调市场占比达到29.8%,销售金额占35.27%,目前在城市市场已经超过一半。他认为,今年变频空调将迎来新的契机。

武汉海尔工贸有限公司总经理景兴华、武汉美的制冷产品销售有限公司湖北区副总经理刘军艳均认为,上一代空调已步入十年的更新换代期,相对而言,变频空调的优势更突出。尤其是城镇化建设、家电下乡等政策的推行,变频空调在二三级市场会发展更快,必将迎来市场发展的黄金时期。格力空调预测,今夏变频空调市场有40%-50%的增长。(龙潼)