

2013年中国家电市场会比去年有所恢复，估计销售额会同比略增2%

# 产品升级+渠道创新 厨房电器行业谋“破冰”

2012年，金融危机，市场收缩，产能过剩等字眼频频挑动着家电厂商的神经，家电行业深陷低迷。这也注定了2012年是家电企业的“寒冬”之年。然而，值得庆幸的是，诸如奔腾厨房电器、TCL等厨房电器企业却通过产品结构升级，摸索渠道创新，实现行业“破冰”，迎来不一样的春天。

## 产品结构升级 厨房电器逆势增长

2012年的家电行业形势不容乐观，整体行业销售出现下滑趋势，上半年下滑比率甚至一度达到5%左右。正当整个家电行业陷入惨淡经营之际，厨房电器行业相较于整个行业而言，却通过产品结构调整，实现逆势增长。

就电饭煲为例，从普通的电饭煲，升级到电脑版电饭煲，再过渡到智能化电饭煲。奔腾等厨房电器企业通过满足人们对产品更新换代的需求，进行技术升级，提升产品附加值，实现智能电饭煲产业结构转型。此

外，奔腾电器推出的无水焗系电压力煲，更是颠覆行业理念。通过对传统烹饪工艺，满足人们不同口味。率先研发无水焗技术，将传统烹饪技法和现代工艺完美结合，引发市场热购风暴。而很多像奔腾电器之类的小家电企业就是通过诸如此类的产品结构升级，从市场的需求出发，突围行业困境，最终逆市而上，实现销量的大跨步提升。

据中怡康942个县市7290家门店零售监测数据显示，2012年前三季度，电饭煲行业市场份额同比增长0.22%。其中，电脑型电饭煲零售额占比66.8%，比上年同期增加5个百分点，智能化电饭煲零售额占比5%左右。

一位业内专家表示，厨房电器呈现逆势增长态势并非偶然。这个行业能在低迷中脱颖而出，除了本身行业市场空间尚未饱和，还与其本身进行产品结构调整密不可分。

## 渠道探索创新 奔腾谋求新出路

除了产品结构升级外，厨房电器企业还借势B2C平台创新营销渠道，促进行业转型，并对未来快速扩张市场份额谋求新的出路。2012年，随着网购平台的日益成熟，家电网购市场增长迅速。2012年1-11月份，天猫、京东、苏宁易购等大电商销售额增长迅速，海尔、TCL在网上销售全面展开。

仅“双十一”一天，淘宝和天猫即完成了191亿元的交易额。据易观智库中国网购商品行情系统显示，2012年12月10日-2012年12月16日期间，中国主流B2C平台电饭煲数据显示：销售额份额品牌排名前三甲是奔腾30.5%、苏泊尔24.2%、美的14.3%。

据奔腾厨房电器业品牌部经理人介绍，2012年奔腾厨房电器已经全面进军电子商务，不仅成立了专门的电子商务部门，还在京东、天猫等电子商务平台开设旗舰店，并取得了骄人的战绩。双“十二”期间，奔腾电饭煲在天猫的销量额一直排名前三位，不断刷新品牌销量纪录。

而诸如很多像奔腾这样的厨房电器企

业，也在新的营销渠道中尝到了甜头。艾美特电风扇一个月网购销售量就高达数千台，线上线下双管齐下的营销模式着实为企业产品销售增添助力，并迎来行业新的发展机遇。

## 2013行业有望回暖 厨房电器迎接新挑战

家电行业在经历2012年的阵痛后，迎来2013年。家电行业能否苦尽甘来，走出冬天，也成为整个家电行业的重要课题。

业内人士对此表示乐观。“最困难的时期已经过去，中国经济2013年会温和增长，家电业也是这样的形势。”中国家电协会理事长姜风说。

中怡康市场研究总监彭煜也认为，2013年中国家电市场会比2012年有所恢复，估计销售额会同比略增2%。元旦期间，从北京、天津、杭州等地传来家电行业销量猛增的捷报，也给2013年开局博得开门红，为2013家电行业迎来新的展望。

而对于厨房电器行业未来形势，有关专家表示，其研发门槛低利润高，是家电行业中仅存的一块蛋糕，加剧了行业竞争。同时，这也势必造成厨房电器行业市场竞争复杂化，无法标准化。此外，电商虚拟渠道拓展，使得厨房电器企业市场更加复杂，其服务、质量、技术革新提升等将面临新的挑战。

(吴明)

## “石特牌”螺纹钢成为 上海期货交易所注册品牌

2012年12月27日，上海期货交易所发布公告，山东石横特钢集团有限公司生产的“石特牌”螺纹钢正式成为其注册品牌。这标志着今后石横特钢生产的大规格螺纹钢可直接在上海期货交易所交割，拓宽了现货销售渠道，显著提高了该企业的产品竞争力。

期货交割品牌的注册，流程复杂且审核严格。据了解，目前成为注册品牌的钢厂均为业内知名企业，截至目前全国共有沙钢、永钢、河钢等34家企业获得注册品牌，其中省内仅有济钢、莱钢、日钢和石横特钢4家企业。

(冉敏 肖富君)

## 每天过万家电商关门 小电商生存堪忧

中国之声《央广新闻》报道，前不久发布的《中国企业电子商务IT建设报告》显示，国内每天约有10000家网店被迫关门。

这个报告是由上海一家电子商务软件的提供商发布的，其中数据仅供参考。报告中最受关注一项调查结果是因为缺乏足够的实践经验和理论指导，每天国内约有10000家的网店被迫关门。报告说，人才缺乏是一个首要困难和问题，抛开数据的准确程度，很多网店的确存在着类似的问题。在经营困难的同时，报告同时提到每一天约有10000家企业和个人进军电子商务，约有9000家企业和个人加入淘宝，2000家企业申请支付宝，1200家企业申请加入天猫，更早之前中国电子商务研究中心也发布过一个报告，淘宝网现在有职业卖家600多万，每天新增的注册近万家，停运或倒闭的卖家也近万，报告显示到2011年，中国电子商务市场交易规模是7万亿元，2012年9.8万亿，预测2015年将达到26.5万亿，报告还预测像电子商务，移动电子商务和社会化营销将成为国内企业未来1到2年IT投入方向第一集团。

过去的一年中电子商务可谓是整个社会的主角之一，人们看到了一轮又一轮来自各大电商的价格战，但是很多中小网店只能靠着创意低利润和从牙缝里扣出的推广的经费来经营。早期很多电商通过做单一品类吸引投资再靠打广告来获取流量，这种方式已经越来越难以维继，随着天猫、京东等电商进一步做大，互联网电子商务的二元现象正在重演。也有业内专家表示，平台电商越来越大，也意味着中小电商迎来了一些机遇，因为平台越大，越无法对经销商做到精细化，小电商可以把握住平台的这些弱点。

(庄胜春)

产学研一体化再结硕果

## 苏通蚕丝被授“全国丝绸创新产品”

**本报讯** 央视《每周质量报告》和《焦点访谈》对桐乡市洲泉镇两家蚕丝被企业在网络上制售假冒伪劣蚕丝被进行了曝光，让鱼龙混杂的蚕丝被市场备受关注。近日，中国丝绸协会组织全国丝绸创新产品评选活动揭晓，苏通丝绸主导产品防螨保健蚕丝被获授“全国丝绸创新产品”。这是中国丝绸丝绸协会为扶优汰劣，引导行业健康发展而发起的评选活动。

活动由中国丝绸协会主办，各省市丝绸协会、柞蚕茧丝绸分会协办。推介活动共收到来自全国13个省(市、区)的71家丝绸企业的156件参评产品。产品涵盖丝绸面料、丝绸服装、丝巾、领带、其他丝绸制品、家用丝绸产品、蚕丝被、丝绸礼品、工艺品及蚕桑保健、护肤、食用、医疗等综合利

用产品等多类别、多用途的丝绸终端产品。2012全国丝绸创新产品推介活动最终评审会在深圳中丝园举行。经过10位工艺技术专家、染织设计专家、艺术设计专家等对参评产品的严格评审后，共有35家企业的72个产品获授“2012全国丝绸创新产品”。

苏通丝绸是一家有着40多年缫丝生产经验的丝绸专业品牌，依靠紧扣市场脉搏和自主创新，大力实施品牌战略，从单一的缫丝生产发展成为产学研相结合、科工贸一体化的大型丝绸产业基地，企业建成了栽桑养蚕、蚕茧收烘、缫丝、绢纺、织绸、服饰完整丝绸产业链。先后成为江苏省农牧行业产业化龙头企业、中国服装最佳雇主单位、家用丝绸产品、蚕丝被、丝绸礼品、工艺品及蚕桑保健、护肤、食用、医疗等综合利

致力于“打造功能性蚕丝被第一品牌”

的苏通人意识到，自主技术才是企业名牌战略的驱动力。为了激发企业全员的创新潜力，鼓励科技研发，苏通专门设立了专利奖励基金，还制定完善了知识产权管理制度、科技创新技术成果奖励办法等多项规章制度，对企业员工的自主发明进行重奖。

在坚持自主创新的同时，苏通还通过产学研联合，与苏州大学等高校科研院所共建企业技术研发中心，技术中心目前拥有高级农艺师、高级工程师和各类科研人员30多人。强大的技术研发实力，让苏通丝绸实现了“月月有新品、季季有专利”的技术研发喜人局面。企业主导产品在夯实国内市场领先地位的同时，行销欧盟、美国、东南亚等数十个国家和地区。

此次获奖的苏通蚕丝被系江苏名牌产

品、江苏省高新技术产品。产品经国家权威检测机构证实，天然蚕丝所含的特殊“丝胶”SERJCIN成分，具有抗过敏、亲肤等保护作用，长期使用蚕丝被，确能促使人体健康。具有防螨、抗菌、抗过敏及亲肤的天性。蚕丝的丝胶成分不仅可使人的皮肤细腻光滑，而且具有防止螨虫和霉菌滋生的能力，对过敏体质更为有益。

对于苏通再次蟾宫折桂，苏通丝绸董事长徐金海表示，将量质并举，不断扩大苏通蚕丝被市场覆盖面，把产品质量和服务质量的提升延伸到市场一线，真正做到苏通“件件是精品，处处有服务”，为规范蚕丝被丝绸产品市场的健康发展，发挥行业领军品牌的作用。

(周日照)

JianZhou  
建州控股

百年建州  
幸福家园

祝贺企业家日报创刊



建州控股集团有限公司

地址：福州市鼓楼区华大街道公益路3号建州大厦