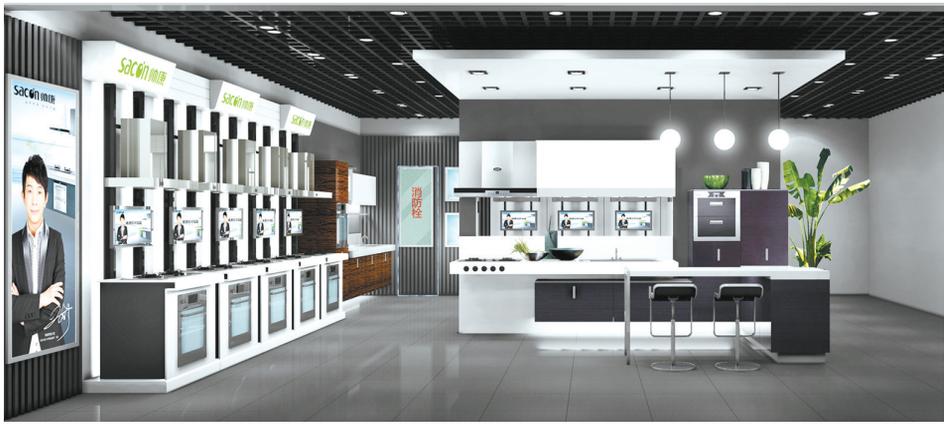


创维数码增持志高空调股份至 5.06% 家电巨头再现结盟潮

星报综合

近日,志高空调通过香港联交所发布的一则公告吸引了业界的注意,黑电巨头之一的创维数码控股有限公司“跨界”增持志高空调股份至5.06%,也被业界视为创维与志高结盟的开始。不仅是创维与志高,近期家电企业多有联盟动作。面对更为复杂的竞争环境,越来越多的家电企业选择与对手联盟的方式,来增强自身的竞争实力。



创维增持志高股份占 5.06%

公告显示,创维数码控股有限公司以每股平均价 0.767 港元增持 2400 万股,总持股量增至 4.25 亿股,占志高股份的 5.06%。虽然创维集团品牌总监、新闻发言人李从想对记者表示,创维看好志高空调的发展态势,增持志高是创维集团纯粹的投资行为。业界认为没有这么简单。

从创维一贯的行事作风来看,不排除会继续增持志高股份,在资本层面进行更多的运作。结合创维南京白电基地的建设,以及今年初创维冰箱、洗衣机产品的上市发售,业界相信,未来不排除创维与志高展开战略合作,借助志高快速切入空调领域,更快完成在白电领域的布局。此外,志高控股主席李兴浩在股东大会后对创维数码的入股表态,“此举能为公司带来互补作用,空调及电视机的淡旺季不同,今后可更加充分地利用资源”,令外界猜想是否双方将围绕渠道探索全新的合作模式。

黑电联合建立标准谋求话语权

不管如何,创维的此次增持,已经被业界贴上了与志高“结盟”的标签。有意思的是,近期“结盟”的不只是创维和志高,TCL、海信、长虹、格力、海尔等都赶了这一趟的“结盟”潮流。

与创维把“合作之手”伸向白电领域不同,它的其它几个黑电伙伴们,则选择了黑电领域内的联手。本月初,海信、TCL、长虹共同成立了“中国智能多媒体终端技术联盟”。不管是哪种联盟,黑电企业都在为生存进行着诸多的努力。

局面并没有想象中那么乐观。作为传统的彩电销售旺季,今年五一的销售表现并没有那么好看,数据显示,五一期间,国内液晶电视的零售

规模较去年同期下降了 47%,拐点逐现。不仅前路狭窄,后面还有追兵。苹果、谷歌等“外来者”也试图抢食彩电市场蛋糕,Apple TV、GoogleTV 等都让彩电企业感到巨大的威胁。

白电企业结盟火药味渐浓

与黑电企业在集体困境下联盟寻找出路不同,白电企业的结盟则有着更多的火药味。

日前有消息传出,海尔和格力正在谋求渠道合作,虽然双方都没有给出关于合作的明确回复,但格力电器总裁董明珠的一番话,让外界嗅到几分可能性。她提道,“格力电器自己不会生产冰洗产品,但是可以让格力电器的专卖店渠道销售海尔的冰箱和洗衣机产品,这也是一种渠道的互补”。

消息人士透露,海尔与格力已经进行了高层接触,探讨渠道合作的可行性。格力与海尔的联手,目标十分明确,就是要阻击美的。美的的强势扩张和快速发展令格力与海尔都感觉到了威胁。

数据显示,美的集团 2011 年第一季度销售收入接近 500 亿元,同比增长了 60% 以上,如果全年都保持这样的速度,最迟 2012 年美的就可以完成 2010 年 10 月千亿庆典上何享健提出的再造一个美的的目标,这个时间将比计划中的五年整整缩短一半以上。不仅如此,根据近日公布的一季报显示,美的电器当季营业收入为 304.81 亿元,同比增长 96.13%。

家电专家刘步尘认为,格力与海尔的这种合作,不仅能让海尔冰箱和洗衣机的市场份额得到一下子扩大,格力的专卖店也可提升盈利能力。但也有不同的声音,认为海尔与格力在空调领域同样存在激烈竞争,联手存在难度。

小家电步入品牌寡头主导时代

星报综合

豆浆机市场的九阳、美的双雄领跑,微波炉市场的美的、格兰仕领跑,智能电饭煲和电压力锅市场的美的一家独大,电风扇市场的美的连续多年遥遥领先,高端厨电市场的老板、方太持续领先。

新一轮结构调整期到来

随着产品技术升级的加速,传统小家电产业也迎来了新一轮的结构调整期,最终推动了小家电业从“大小企业鱼龙混杂”的无序竞争时代,迅速迈向了“品牌规模化逞强”的寡头主导竞争时代。

日前,家电业资深市场调查公司中怡康时代发布了 2011 年一季度中国家电业报告,一季度家电业销售额达到 2696 亿元,比去年同期微增 1.7%。不过,小家电产品的市场销售额达到 414 亿元,较去年同期增长 59%,高于家电业平均增幅。

寡头时代悄然来临

中怡康市场研究总监彭煜指出,“随着集团军扩张、抱团式作战成为家电业新的发展趋势,当前家电业逐渐形成了海尔系、美的系、海信系等横跨多个产业的庞大家电集群寡头。最终他们以进一步发挥多品类、多品牌的综合优势,奠定了在大小家电行业中的话语权。”

据中怡康零售监测数据显示:2011 年一季度,近吸式油烟机的销售量同比增速为 46.0%,触摸型电磁炉同比增长率为 28.6%,电脑型电饭煲的同比增长率为 22.1%,不锈钢电热水壶的同比增长率为 26.9%,智能型电压力锅的同比增长率为 48.2%,电熨斗中“挂烫机”产品同比增长率为 96.7%。

产业升级带来新的商业机会

产业升级和产品创新给众多小家电企业带来了新的商业机会。不过,《中国企业报》记者还了解到,在上述新品小家电销售持续高涨的背后,厨房与精品小家电中的消毒柜、洗碗机、豆浆机等销售额与去年同期相比呈下降态势,其中消毒柜的下降幅度达到了 10.7%。

对此,彭煜指出,当前小家电业的发展已经从最初的快速成长并喷期,步入了稳步增长的成熟期,这一阶段企业的重点开始从追求市场份额的最大化,到追求产品利润的最大化。企业间围绕产品价格战的竞争将趋缓,而围绕产品功能和市场差异化的博弈则将加剧。

中怡康分析指出,2011 年家电业整体将呈现“前低后高”的发展趋势,预计家电业在 2011 年的市场总规模将保持在 10% 左右的增幅,销售额达到 11898 亿元。

红星美凯龙 25 万条微祝福 有奖征集火热进行中

想了解时下最热最 IN 的话题吗?想在网络江湖一呼百应,展现自己微博达人的魅力吗?想轻松拥有 5 万元装修基金、时尚笔记本电脑、iPad2 等惊喜大礼吗?锁定关注红星美凯龙官方微博 tsina.com.cn/chinaredstar,丰厚好礼触手可及!诚邀并期待身为网络达人的您热心参与,还在等什么?

5月9日至6月18日活动期间,无论你是微博达人还是爱家人士,只要你愿意与大家分享家居生活的故事,登录红星美凯龙官方微博 tsina.com.cn/chinaredstar 成为粉丝,参与征集 25 万条微祝福活动,说出心中“我家的改变”同时转发@三位好友,就有机会赢得 5 万元装修基金、时尚笔记本电脑、苹果 iPad 2 平板电脑等 500 多个丰厚大奖!轻松点击鼠标,惊喜大奖从天而降!“加关注,送祝福,赢大奖!”红星美凯龙 25 周年,家居改变生活,热烈期待您的参与!

作为红星美凯龙 25 周年网络互动第一波,“微祝福”将开启整个 25 周年活动的序幕。持续锁定关注红星美凯龙官方微博,更多惊喜等着你!

安粮·东怡金融广场 高尔夫嘉年华即将启幕

初夏时节,绿茵纷飞。安粮·东怡金融广场将于 5 月 21 日在合肥元一国际高尔夫球会举行主题为“挥洒成功 睿智享受”的高尔夫嘉年华活动,届时,包括经济、金融等各界精英名流齐聚一堂,共同享受高尔夫风尚之旅。

作为环城内首席国际甲级写字楼的安粮·东怡金融广场,项目雄踞城市金融核心地段,掌握环城内稀有资源,192 米新峰度,将成为安徽高端商务楼的最亮点。此次安粮·东怡金融广场相约元一高尔夫球会,就是让各界精英名流在休闲活动中感受东怡金融广场所带来的尊崇魅力。

安粮·东怡金融广场,坐拥三孝口商圈、北一环商务区、环城景区景观核心地带,是市中心仅有的生态景观办公区域。10 米挑空精装大堂,恢弘气派与生俱来,豪华而不失庄重,成就高端商

务形象;晶莹剔透的 LOW-E 玻璃幕墙,充分保证了写字楼的采光面积,并将双公园美景尽收眼底;无柱式开敞的办公空间设计,上下层可拆卸楼板,适合不同的功能组合和空间布置,创造高效的商务空间,彰显卓越的商务品质,辉映出权力、尊贵的形象。

安粮·东怡金融广场,世界金融企业专属平台,192 米金融新地标,占据权力、财富、身份第一制高点,坐拥环城内绝版地段,独享双公园生态商务,立体交通网络通达全城。集城市中央商务区、区域金融中心、总部经济中心等多元定位为一体,已成为合肥标志性建筑,全城火爆定购中,恭迎品鉴!

“疯”了客家王

疯了,疯了,酒店疯了,疯狂让利;食客们也疯了,蜂拥而至。我们几个好吃精听完后,在qq上约好今天一定要见识一下这家让大家如此疯狂的酒店。

一行8人冒着春雨,踏着泥泞,穿过林立的高架桥墩,来到这家位于马鞍山南路的节节高·客家王酒店,食客早已座满,幸亏提前预订了包厢,不然还真吃不上。入酒店,着中山装的同学(酒店服务生)将我们引领至三楼包厢。落座直接点了他家的特色菜。“大名鼎鼎”的脆皮金猪,其色泽红润,光滑如镜,皮脆肉嫩。一人一份的客家功夫汤,浓汤绵绸,入口回味无穷。客家梅菜扣肉,肉质细嫩、肥而不腻、梅菜浓郁芳香。客家酿豆腐,色泽清爽,口感爽滑,豆香浓郁。不一会,数十道菜一一上齐,各具特色。席间校长(酒店老板)还送上了一斤客家酿酒,美味、美酒、MM,这顿饭吃得,那叫一个惬意。

我们相约,下周继续来这儿疯一把。

节节高·客家王: 马鞍山南路与望江路交口南50米
抢订热线:0551-3440099/3441919