



踏着转型步伐，家电全线拥抱智能化

智能交互深入，市场渠道下沉 体验、再创造将给消费者带来新感受



墙上的挂历又翻到了最后一页，今年也接近尾声。纵观这一年，家电圈可谓是山穷水复疑无路，柳暗花明又一村。从库存高筑下的价格战到供应链传导下的集体涨价，从企业营收“跳水”再到降幅收窄，家电企业踏着转型升级的步伐，不停地探索转型变革的路径。

■记者 和婷婷

【行情】家电行业“涨”声一片

说到行情，价格始终是市场最敏感的神经。今年下半年以来，家电产品涨价的消息不绝于耳，卷入涨价的压力漩涡。

率先宣布涨价的是彩电企业，9月份，互联网电视品牌乐视就宣称，由于面板价格上涨，将部分机型价格上调100-300元，引起了广泛关注。

年末，美的、志高、日立等大型空调企业也不同程度的上调了价格。

究其原因，与国内原材料价格的大幅上涨、人工成本上涨以及新的超限超载运输车辆处罚标准实施导致的物流费用上涨不无关系。最终家电产品到终端消费者购买时价格涨幅最少20%-30%。

【技术】黑科技拥抱智能化

在电视领域内，长虹的人工智能、索尼的全新芯片和创维AR电视，在电视的智能、画质以及交互方式上进行深入。在空调领域，海尔空调研发出“双温差联动控制技术”和“基于大数据实现空调智能舒适节能”达到世界水准，格力空调的双级变容容积比压缩技术可实现-35℃

~54℃的宽温范围内稳定运行。

除此之外，2016年的家电产业也迎来了实实在在的互联网升级态势，通过互联网连接人与家电产品。比如，通过互联网远程控制冰箱，随时随地查看冰箱内的食物，比如在厨房中看电影、听音乐等已成现实。



从高库存下的价格战到供应链传导下的集体涨价，今年家电行业颇有起伏。

【黑马】厨电领跑家电行业

随着国人生活条件的逐步改善，厨电也迎来爆发式增长。

中怡康数据显示，2016年1-7月，国内家电市场整体零售规模为9053亿元，同比增长0.8%，而同期厨电市场规模达到480亿元，同比增长14.8%，远高于整体家电市场增长水平。

各企业“双11”战绩也可圈可点。以方太为例，11日截至23时59分59秒，方太全网成交额达到3.6亿，相比2015年同比增长44%。

湖南商学院工商管理学院市场营销系主任、副教授尹元元曾表示，农村城镇化及楼市去库存，加之厨电企业自身发展，以及80后、90后的潜在消费力，都对厨电行业产生明显拉动作用。

与此同时，不少厨电企业开始实行渠道下沉战略，着眼三四线城市。比如老板电器在全国实施“千人合伙人计划”中，明确指出拓展专卖店建设，加速三四级市场渠道下沉。

结语

回首2016，新的技术带来了新的产品及体验方式，新的商业竞争重新构建的市场秩序，智能化、技术创新、海外收购，家电行业在不断创新、用自己多年积累的口碑走过这一年。

从目前的发展情况来看，随着不断的市场洗牌和重组现象，2017年的家电市场还有望迎来全新的竞争态势，同时在基于更先进的信息技术面前，2017年的家电市场也有望在体验、革新、再创造方面给用户和消费者带来全新的感受。

2017，我们静待柳暗花明、春暖花开。

通程电器
DOLTON MARKET

XUNDA 迅达

KELON 科龙

Ronshen 容声

JJW 嘉嘉旺

Hisense 海信



迅达·海信·科龙·容声·嘉嘉旺

联盟直销

全品盛宴

12月23日-25日