

家电行业资讯汇编



2013年
10-11月

2013 年 10-11 月



赛立信竞争情报

编辑：李倩宇

投稿邮箱：2427205941@qq.com

广州 Guangzhou

广州市环市东路 450 号华信中心 15 楼

电话：020-22263632 87619260

传真：020-87770505

上海 Shanghai

上海市零陵路 583 号海洋石油大厦 1103

电话：021-54254681 54254682

传真：021-54254680

北京 Beijing

北京市朝阳区东三环中路 39 号

建外 SOHO 东区三号楼 3505

电话：010-59005345 59005341

传真：010-87513749

香港 HONGKONG

香港九龙观塘成业街 16 号怡生中心 H 座 3/F10

电话：00852-35292128

传真：00852-35292132

行业动态 4

本月重点行业新闻 4

全球电视出货销量市场已连续两年倒退
三季报显示家电企业已走出脱离政策的不适
电视行业的“第二春”：互联网道路分化
冰箱标准即将大变身 年内或拿出征求意见稿
中国空气污染严重日产空气净化器销售飞增
家电企业抢开民营银行 风控能力至关重要
中国家电品牌走向全球转向多角度诉求竞争

本月家电行业数据、分析 5

【分析】

空调市场产品策略观察：变频时代群雄逐鹿
OLED 电视存在的三大问题探讨分析
中国暖通空调能效水平市场发展情况分析
2013 年高端洗衣机市场销售情况分析

【数据】

工信部：前三季液晶面板进口额 375 亿美元
三星 7—9 月营业利润激增 26% 创历史新高
前 8 月彩电出口滑一成 OEM 企业整体衰退

企业动态 7

万家乐智能产品亮相 两小时销售过百万
LG 称将就旗下智能电视泄密事件展开调查
长虹盈利模式悄然变化 新商业模式成型
小天鹅：立足高端市场 未来将推 O2O 模式
三星生活家电首次集体登陆中国 瞄准高端
海信科龙：前三季度预盈利 10.1-11.9 亿元

渠道动态 8

外媒曝中国最大家电零售商美国学网上竞争
90% 苏宁门店已经完成易购直销区建设
让世界走进客厅国美在线 11.25 智能彩电节开幕
京东推出“JDPhone”计划 试刀大数据竞争
“双 11”家电消费创新高 制造商觅数据商机
线上线下“战绩”显赫 小家电销量井喷

竞争情报讲坛 9

学习对手的研发管理

《商业情报战》

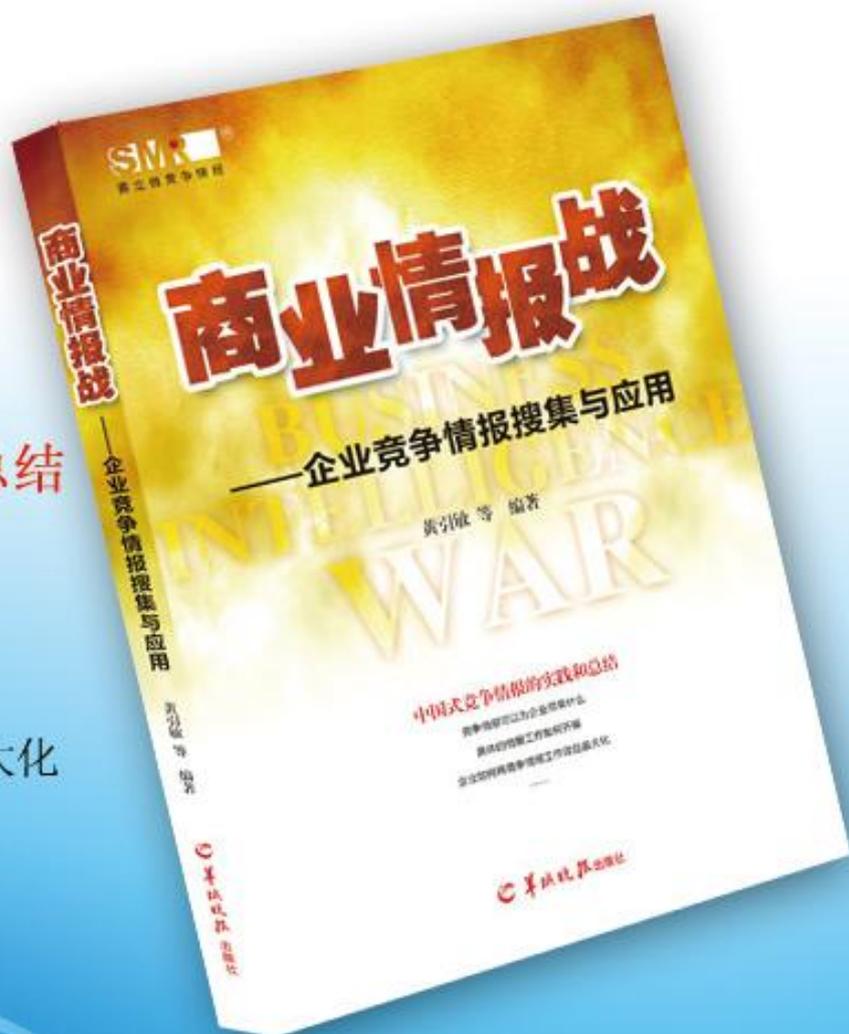
中国式竞争情报的实践和总结

竞争情报可以为企业带来什么

具体的情报工作如何开展

企业如何将竞争情报工作效益最大化

.....



《商业情报战》从助力企业各项经营活动的角度阐述了竞争情报相关内容，汇集了赛立信十余年来为企业提供各种竞争情报服务的具体案例。这本书的定位不是竞争情报理论的探索，是一本中国式竞争情报的实践和总结。我们希望企业界朋友看了这本书后，不仅能比较清晰理解竞争情报在企业管理中的作用，还能够知道竞争情报的载体和产品展示形式，以及掌握竞争情报运作的基本方法和流程。

与一般的竞争情报书籍不同，本书着重写的是具体案例以及情报工作开展过程。通过更多的叙事、举例的方式介绍竞争情报如何服务于企业的日常经营活动——投资、决策、研发、生产、营销、物流、客服等。

《商业情报战——企业竞争情报搜集与应用》由赛立信商业征信有限公司竞争情报事业部组织编写，羊城晚报出版社出版。

联系电话：020-22263632

SMR[®]
赛立信竞争情报

行业动态

□ 10-11 月重点行业新闻：

◆ 全球电视出货销量市场已连续两年倒退

摘要：全球电视市场(包括液晶电视、电浆电视、映像管电视等)2013 年将延续 2012 年颓势，出货量连续 2 年呈现衰退。2013 年前 3 季全球电视出货量为 1.58 亿台，较 2012 年同期衰退 4.2%，虽然第 4 季是传统欧美购物旺季，电视销售量可望上扬，然而无法扭转全年颓势，预估 2013 年电视出货量 2.27 亿台，较 2012 年衰退 4.6%。[阅读全文](#)

◆ 三季度报显示家电企业已走出脱离政策的不适

5 月底节能惠民政策的结束让依赖产业政策推动的家电行业突然断档，这给家电上市公司的业绩增添了很多变数，然而从 2013 年前三季度各家发布的业绩来看，绝大多数家电企业已经走出脱离政策温床后的不适感。[阅读全文](#)

◆ 电视行业的“第二春”：互联网道路分化

继通讯业之后，互联网的春风吹拂家电业，家电行业股价集体上涨。从今年 6 月至今，长虹股价由 1.7 元涨至 3.36 元，增长近 100%。海尔电器从去年同期约 10.5 元涨至目前超过 17 元，海信电器由去年同期约 7.5 元涨至现在的接近 12 元。[阅读全文](#)

◆ 冰箱标准即将大变身 年内或拿出征求意见稿

在今年 9 月国家标准化管理委员会公布的 10 项国家标准制定及修订项目计划中，GB12021.2-2008《家用电冰箱耗电量限定值及能效等级》的修订项目也在其中。这意味着已经执行了 4 年的冰箱能效标准即将进行修订。[阅读全文](#)

◆ 中国空气污染严重日产空气净化器销售飞增

由于中国 PM2.5 微颗粒污染日益严重，日本厂商在中国空气净化器的销量呈现飞速增长的态势。据悉，目前中国是世界第三大空气净化器销售市场，排在第一、第二位的分别为美国和日本。[阅读全文](#)

◆ 家电企业抢开民营银行 风控能力至关重要

美的、格力等家电巨头对开办民营银行表现出极大的热情，家电企业抢开银行，究竟意欲何为?[阅读全文](#)

10-11 月家电行业数据及分析报告：

- ◆ **【分析】空调市场产品策略观察：变频时代群雄逐鹿** [阅读全文](#)
- ◆ **【分析】OLED 电视存在的三大问题探讨分析** [阅读全文](#)
- ◆ **【分析】中国暖通空调能效水平市场发展情况分析** [阅读全文](#)
- ◆ **【分析】2013 年高端洗衣机市场销售情况分析** [阅读全文](#)

◆ **【数据】工信部：前三季液晶面板进口额 375 亿美元**

根据工信部近日发布数据显示，2013 年前三季度，我国电子信息产品对外贸易保持较快增长，领先于同期全国外贸增长水平，为带动我国整体外贸增长发挥了积极作用。1-9 月，电子信息产品进出口总额 9796 亿美元，同比增长 15.4%，增速高于同期全国商品外贸总额增速 7.7 个百分点，占全国外贸总额的 32.0%。[阅读全文](#)

◆ **【数据】三星 7—9 月营业利润激增 26% 创历史新高**

韩国三星电子 25 日发布了第 3 次决算(7-9 月)，营业利润激增 26%，达到了 96 亿美元左右。这一数据也创下了历史最高的纪录。[阅读全文](#)

◆ **【数据】前 8 月彩电出口滑一成 OEM 企业整体衰退**

海关最新统计数据显示，1-8 月份国内彩电累计出口量为 3391.7 万台，同比下降 10.9%，出口金额 64.7 亿美元，同比下降 12.59%，这是由于欧债危机及美国市场相对饱和等因素，今年海外贸易压力并未有所改观，主要发达国家和新兴市场的政治、经济形势的不稳定，都在不同程度上影响我国彩电出口。[阅读全文](#)

◆ 【数据】2013年9-10月主要白电企业销售排行情况

● 冰箱企业销售排行变化 ●

排名	品牌	09月	10月	
1	海尔	30.30%	28.68%	↓
2	容声	10.49%	11.92%	↑
3	美的	8.96%	10.31%	↑
4	西门子	11.05%	10.00%	↓
5	美菱	8.26%	8.81%	↑
6	海信	4.61%	4.98%	↑
7	三星	4.56%	4.24%	↓
8	伊莱克斯	3.99%	3.82%	↓
9	新飞	3.34%	3.60%	↑
10	松下	2.35%	2.43%	↑

● 洗衣机企业销售排行变化 ●

排名	品牌	09月	10月	
1	海尔	30.66%	31.38%	↑
2	小天鹅	16.37%	16.47%	↑
3	合肥三洋	9.35%	9.32%	↓
4	西门子	9.65%	7.07%	↓
5	美的	5.56%	6.54%	↑
6	松下	6.58%	6.47%	↓
7	LG熊猫	3.34%	3.46%	↑
8	三星	3.36%	2.89%	↓
9	小鸭	2.34%	2.84%	↑
10	海信	2.44%	2.61%	↑

● 空调企业销售排行变化 ●

排名	品牌	09月	10月	
1	格力	32.81%	33.34%	↑
2	美的	17.81%	18.30%	↑
3	海尔	13.05%	12.99%	↓
4	三菱电机	5.70%	5.23%	↓
5	海信	5.75%	4.80%	↓
6	伊莱克斯	5.00%	4.78%	↓
7	奥克斯	3.41%	4.20%	↑
8	TCL	3.14%	3.82%	↑
9	志高	2.90%	3.21%	↑
10	大金	2.95%	2.54%	↓

企业动态

万家乐智能产品亮相 两小时销售过百万

深圳第二届安居博览会开展后仅两小时，万家乐交易近百单，两天总成交额过百万，显示了万家乐强大的品牌号召力，引发行业及媒体的广泛关注。全文

LG 称将就旗下智能电视泄密事件展开调查

据外媒 11 月 21 日报道，LG 智能电视日前被疑盗取用户观看频道及相关设备等信息。LG 承诺将就此事展开调查。英国信息安全机构也对此事持续跟进。全文

长虹与宽带资本设创投基金争食家庭互联网

四川长虹刚刚宣布其“智能化、网络化、协同化”的新三坐标战略体系，向市场清晰地描绘了互联网时代下公司新转型战略的宏伟蓝图。不过，目前各方最关注的莫过于围绕着转型战略的落地与实施，尤其是面向“家庭互联网”的快速转型，四川长虹如何一步步“做实”包括“终端+数据+内容+服务”等四方面内容的新商业模式。全文

小天鹅：立足高端市场 未来将推 O2O 模式

小天鹅从去年下半年开始已加大了电商投入，现在已经建立起专业的电商团队，未来小天鹅将加强线上线下整合力度，并且也要推 O2O 模式。全文

三星生活家电首次集体登陆中国 瞄准高端

11 月 5 日，三星电子生活家电第一次在北京集体亮相，展示了洗衣机、空气净化器以及首次进入中国市场的吸尘器。与三星电子的其他产品一样，三星生活电器瞄准高端市场，将高科技带入更多消费者的日常生活。全文

海信科龙：前三季度预盈利 10.1-11.9 亿元

海信科龙预计 1-9 月归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长：70%-100%。第三季(7-9 月)净利润较去年同期增 40-125%至 3.01-4.83 亿元。公司于第三季度收到格林柯尔系案件执行款，相应会计处理增加当期净利润约 1 亿元。全文

渠道动态

外媒曝中国最大家电零售商美国学网上竞争

据路透上海 11 月 27 日消息,在美国加州帕罗奥图与惠普和斯坦福大学毗邻的一个小型研究实验室中,中国最大的家电零售商苏宁云商正在学习如何在网上竞争。[阅读全文](#)

90%苏宁门店已经完成易购直销区建设

苏宁在近日召开的“2014 年度中国空调行业发展趋势高峰论坛”上发布了 2014 年空调战略。随着家电节能补贴逐步退出市场等原因,苏宁计划推进 O2O 融合的互联网和移动互联网零售、加强定制服务,借助技术应用与数据挖掘助力产业升级。[阅读全文](#)

让世界走进客厅国美在线 11.25 智能彩电节开幕

在国美集团 27 周年店庆进入第二波狂欢之际,国美在线 11 月 25 日开始启动智能彩电节,以爆款直降、返现金券等方式推出一批智能彩电,以满足客厅智能化的需求,让世界走进消费者的客厅。[阅读全文](#)

京东推出“JDPhone”计划 试刀大数据竞争

京东近期正式宣布推出“JDPhone”计划,京东将通过大数据挖掘用户真实需求,深度整合产业链资源,携手中外手机厂商为用户打造最具性价比、超出期望的精品手机。中兴旗下高端品牌努比亚今天全新上市的 nubia Z5S(大牛)和 nubia Z5S mini(小牛 2),成为首批入选该计划的手机。[阅读全文](#)

“双 11”家电消费创新高 制造商觅数据商机

对于今年的“双 11”,家电企业寄予厚望。为了有充足的备货,美的集团的小家电部门斥巨资开辟“‘双 11’特供”生产线,并推出适合电子商务的爆款产品。[阅读全文](#)

线上线下“战绩”显赫 小家电销量井喷

刚刚过去的“光棍节”不仅让玫瑰和巧克力热卖,同时也让小家电“火”了一把,记者昨日从苏宁相关负责人处了解到,在双十一“购物狂欢节”中,无论线上还是线下,小家电销售都“战绩”显赫,加湿器、吸尘器、美容家电、足浴盆、净水器、挂烫机等小家电卖得非常好。[全文](#)

竞争情报讲坛

学习对手的研发管理

赛立信竞争情报事业部 肖庆勇

曾经以“手机、呼机、商务通，一个也不能少”而享誉全国的恒基伟业公司，由于没有持续不断地推出具有竞争力的新产品，现在已经很难唤起人们的记忆了。局外人认为没有新产品，肯定是企业不重视研发，研发投入不够，但是事实上刚刚相反。相对于企业自身规模来讲，恒基伟业在研发上的投入非常大，2001年光北京研发中心就超过100人，算上各地的研发人员，差不多有300人。

为什么这么一个颇具规模的研发队伍，无法开发适应市场需求的产品，不能面对外部竞争的挑战？答案在于研发管理。恒基伟业尽管组建了近300人的研发队伍，其中不乏来自摩托罗拉、微软等著名企业的专业人才，但缺乏明确的研发思路 and 理念，没有一个相对长远的战略，其种种尝试都带有一定的侥幸心理。该公司一度希望掌上电脑、智能手机、“记易宝”、行业应用等方面都取得成功，结果是哪个方面都未做好。

以下是一个利用竞争情报调研提高研发管理水平的成功案例。

一、项目背景

广东某家电企业（以下简称D公司）在2000年之前，利用规模优先的战略发展了起来，影响力逐渐扩大。但企业对研发工作重视程度不够，大部分产品是采取跟随策略，也就是业内领先的竞争对手一推出有特点的产品，便迅速组织人员拆解研究。

随着集团规模的发展，这种研发工作存在巨大隐患：

1. 研发理念比较零碎模糊，更缺乏系统和体系。
2. 对于具有很大业务风险、难以带来投资价值的项目，没有在过程中发现并及时结束，导致产品上市后失败，造成研发资源的巨大浪费。
3. 绩效考核的不科学也带来了报酬激励缺乏依据，带来不公平感，影响研发人员的积极性。

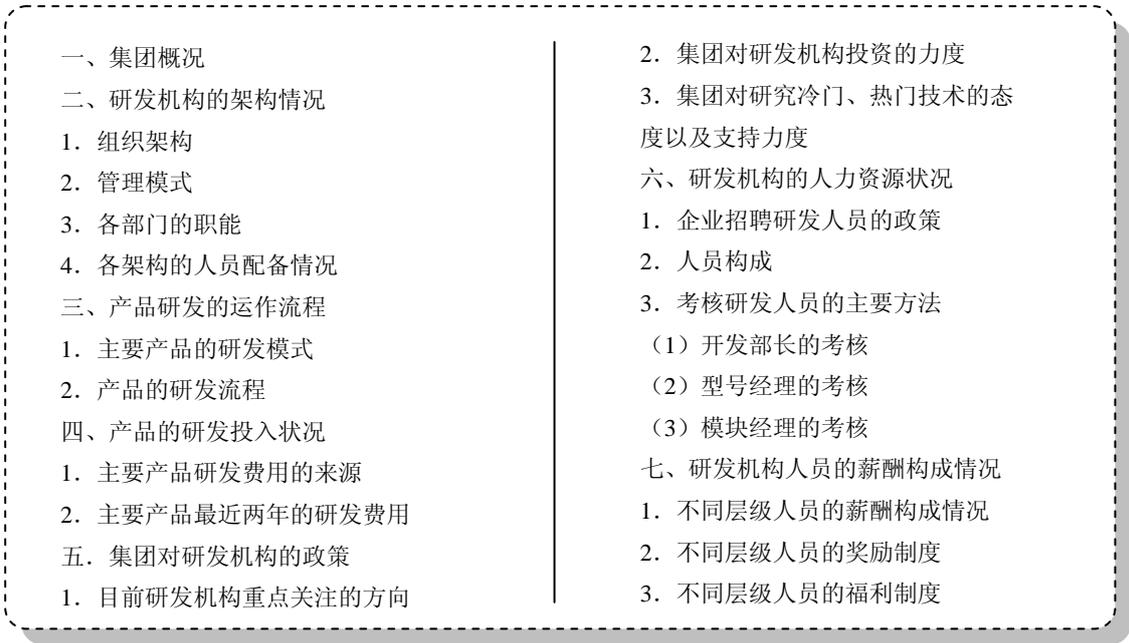
二、项目分析

带着以上的问题，D企业与赛立信竞争情报部门进行了深入的探讨。由于D企业大部分产品与北方某大型家电企业的产品重合度非常高，这个竞争对手作为家电行业中的标杆企业，其研发工作也是行业内学习的对象。

项目组与客户商议后决定，以该企业为目标对象，进行研发方面的深入调研，调研成果

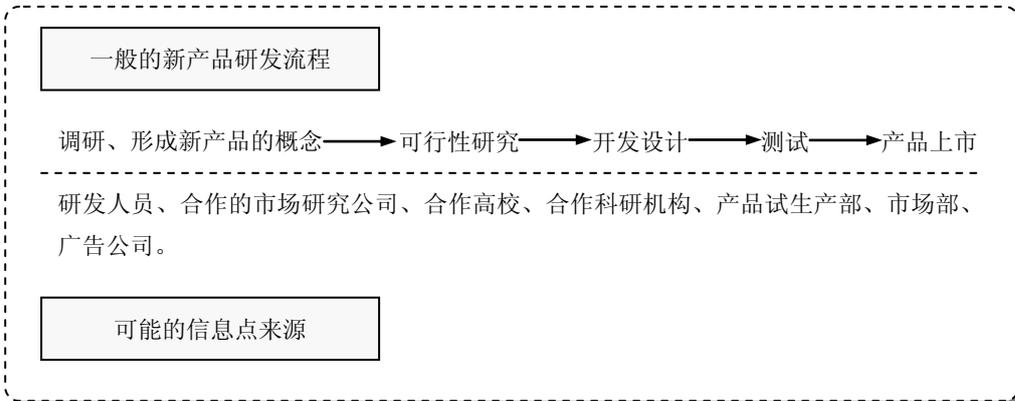
将作为 D 企业进行研发工作改革的重要参考。

以下是本次项目拟订调研计划书的主要内容：



三、项目执行

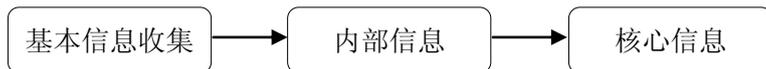
研发部门有区别于一般的部门，是一个相对独立的部门，日常工作与其他部门的关联度比较小，因此研发体系方面的信息来源面相对较窄，信息的获取难度较大。但赛立信通过认真分析一个新产品的开发流程，发现还是可以获取很多有价值的信息的。



根据上述调研方案，该项目成立了以调查人员，分析人员为主的“研发体系竞争信息项目”小组。调查人员主要解决主要竞争对手调研的实地调查工作，分析人员解决二手资料以及报告分析工作，拟定了详细的项目规划。

1. 主要竞争对手调研

研发体系信息源主要由科研机构、项目合作高校以及企业研发部门。调查员通过实地调查，采用由外到内、由浅到深的方法，获取相关信息。



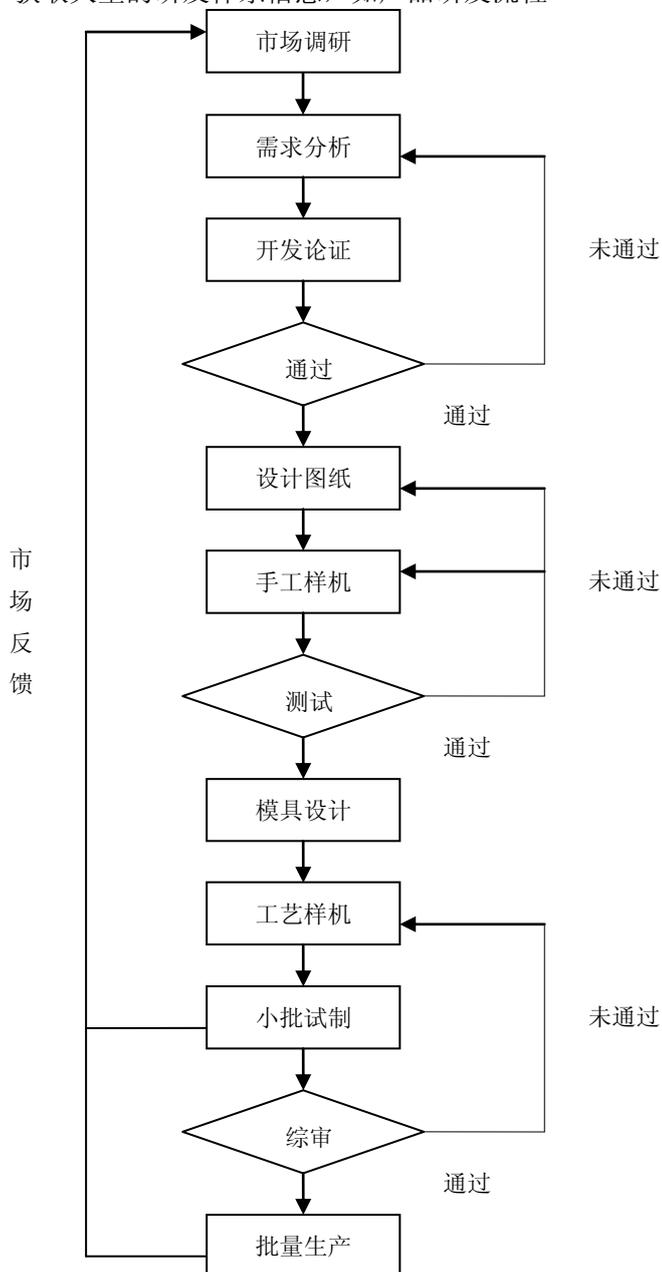
研发体系信息源少，掌握相关信息的人员相对较少较集中，可以用来获取信息的方法比较少。调查人员主要通过两种方法获取信息。

方法一：通过调查员约访研发部门人员，在与约访人员中了解到相对应的信息。

方法二：通过某种假设身份，采访集团高层人员或者研发部门高层人员，了解集团对研发部门的重视、政策支持情况以及对重点技术的态度。一般来说研发人员认为这是一个很光荣、很自豪的事情，比较乐意交流。

四、项目成果

1. 获取大量的研发体系信息，如产品研发流程



2. 获取竞争对手对主要产品的研发投入信息

如获取对手近两年主要产品（冰箱、空调、洗衣机及电视等）的费用信息。从各大类产品的投入比例看，估算该类产品销售收入（按产品投入费用占销售收入的 4%—6%估算）。

3. 考核信息

如获取型号经理的考核细则（型号经理在环宇的研发工作中，起着支柱的作用，他们的工作将直接影响到环宇的总体工作，所以对他们的考核工作也是重中之重）。

考核表

项目	交货期	成本	质量	订单量
考核细则	是否按期完成	是否超过预算	翻修率 技术文档，完整、正确、到位率	实际订单量超过目标订单量 50%以上，按 50%增幅激励；实际订单量在 50%以内，按照实际增幅激励；实际订单量低于目标订单量，按低于的相应比例扣除相应的项目费。
兑现办法	①根据下线取数和合同时间由订单处闸口 ②在第一次阶段项目款中兑现	①根据成本办审定的成本来闸口 ②在第二次阶段项目款中兑现	①6 个月翻修率在第二次阶段项目款中兑现 ②年内翻修率在第三次阶段项目款中兑现	①根据市场部闸口，在相应阶段进行兑现。②在大批量阶段，如果该项目或由型号经理改进后的后继型号经理，仍能够完成当年销售目标并比上一年增长 50%以上，则根据完成情况给予奖励额定项目费 5%~50%

五、项目价值

通过竞争情报调研，为该公司在研发投入方面，提供一个很有价值的参考，同时，对客户研发部门制定和完善考核制度有很好的参考价值。

该公司在此后 2 年多时间里，研发工作在以下 3 方面取得了明显改善：

1. 形成了系统的研发理念和体系

市场导向、客户意识、技术创新等是 D 企业经常强调的观点，该企业逐渐形成自己的研发理念，并统一了研发体系。

2. 建立了在开发过程中的业务决策评审系统

把产品开发作为一项投资来管理，尤其是产品立项后进行业务决策评审的管理，减少和避免了产品上市后失败，造成研发资源浪费的情况。

3. 建立有效的研发考评与激励机制

如今，D 企业已建立起研发研究院，其中代表先进科技研发能力的试验大楼总实验室仅设备投资就近 1 亿元，目前已投入使用数量众多、拥有世界领先的产品测试及分析系统、联合研发实验室等。

（选自《商业情报战》，羊城晚报出版社 2011 年 12 月出版）



The End

服务热线：020-87619260

020-22263632

传 真：020-87770505

E-mail : ci@smr.com.cn



广州赛立信商业征信有限公司