

家电家居业首现“租赁”模式

面临两大挑战：能否改变国人固有消费习惯；能否找到持续盈利模式

□信息时报记者 刘莉

如果你很喜欢一样家电，而你又是一个有钱人，你是会选择买下它，还是租下它？

目前，广州市场就出现了首家“只租不卖”家居家电的大型租赁公司，它经营的品类还涵盖了汽车、灯饰、奢侈品等7大品类。

有意思的是，它的主要目标客户群之一就是有钱人，它要做的就是向国内消费者固有的消费习惯发起挑战。

“租赁模式”受“风投”青睐

这家名为“邦家”的租赁服务有限公司，是由广州兆晋实业投资有限公司、香港美满投资公司2007年注资3亿元成立的。邦家的董事长蒋洪伟也是现任“兆晋实业”公司的总经理，保健品行业有名的“绿色世纪连锁”便是出自他的手笔。

蒋洪伟说，今年12月，其在广州海珠区、天河区的两家经营面积超过12000平米的旗舰店将正式开业。他的计划是，到2012年，将开设直营连锁店50家、中心店50家。

邦家有这个资金实力吗？邦家怎样化解经营风险？对此，蒋洪伟坦称，租赁业必须与银行、金融机构合作，3亿元只是前期投入资金。据称，邦家模式已赢得数家银行出任“信用担保”，并引起了国内部分风投以及美国前两大租赁巨头Home Essentials和巴菲特旗下的“寇特”

的注意，其中一家风投的资金将在邦家首家店开业后进入，而寇特公司则有望近期参股邦家。

对于租赁产品更新换代快，容易贬值的问题，蒋洪伟告诉记者，邦家的产品会先在一、二级市场“放租”两年，之后转向三、四级市场再“放租”两年，前两年和后两年的租价是不同的，满四年的产品将进入回收、再利用系统。

与零售渠道不构成竞争关系

此前，有报道称邦家模式将对国美、苏宁等大卖场形成冲击，对此蒋洪伟并不认同。他说，这两种模式一个是租，一个是卖，不存在竞争关系，最多也是对终端市场的一种补充。

家电协会副秘书长陈钢昨天接受信息时报采访时表示，在家电出口不畅，行业库存高企的背景下，邦家的出现对刺激内需和消化企业库存

方面积极作用；而房地产销量的萎缩使得选择租房的人增多，这些都可能使家电、家居租赁市场容量大增。

“邦家”模式的出现也被上游供应商看好。某品牌的家电供应商告诉信息时报记者，“我们的商品是由邦家‘买断’的，货款直接由担保银行支付，我们所要做的除了对产品的售后服务负责外，别无费用支出。”

但也有业内人士对租赁业在国内市场是否迎来成长土壤提出质疑。目前，租赁业在国内市场的渗透率只有1%~3%，这与美国、韩国、澳大利亚等租赁渗透率超过25%的国家相去甚远。此外，邦家规定，租期限定为两年，价值2万元以下产品的日租金达到15元~20元，这对消费者到底会产生多大的吸引力，现在尚难判断。

质量榜



“威力威力，够威够力”曾是威力洗衣机的经典广告词。如今，这一老品牌主要活跃在农村市场。（资料图片）

质量抽查：金菱、威力两品牌洗衣机不合格

山西省质监局10月28日公布了第三季度全省产品质量监督抽查结果，称在山西省市场销售的威力品牌和金菱品牌的两个批次洗衣机不合格。为此，质监局发布警示，提醒消费者这两个批次的洗衣机容易引发火灾及触电事故，消费者需谨慎购买。

昨天，信息时报记者分别致电国美、苏宁等家电卖场获悉，它们没有销售这两个品牌的洗衣机，这两个品牌的洗衣机目标市场可能只锁定在农村乡镇市场。

据悉，山西省质监部门共对滚筒式、全自动波轮式、双桶及单桶四种类型的洗衣机进行了监督抽查，共抽查10个批次。抽查的两个批次不合格洗衣机分别为“威力”品牌，规格型号为XPB40-4031S，产品名称为双桶洗衣机，标明的生产企业名称为中山菱威力电器有限公司，经销企业名称为山西华联超市太原府东

店；商标为“金菱”，规格型号为XPB35-68A，产品名称为单桶洗衣机，标明的生产企业名称为上海金菱洗衣机有限公司，经销企业名称为太原市长风大卖场商贸勇盛电器。

其存在的主要问题：一是发热(绕组温升)超标。本次抽查中电机绕组温升超标问题比较突出，特别是小型洗衣机超标更为严重。二是电源连接和外部软线不合格。三是接地措施不符合标准要求。对此，家电业内分析人士说，造成这些问题的原因很可能是，个别企业片面追求低成本，对原材料、零部件的检验把关不严，未能严格按照国家有关标准组织生产；一些小企业不具备基本的生产条件，不仅生产条件差，制作工艺落后，缺乏必要的检测设备及检测手段。

惠而浦全球裁员5000人

会否涉及中国市场尚不得而知

全球最大的家电生产商惠而浦公司10月28日宣布了一项重组计划，其中包括将拟定的裁员人数增加一倍至5000人。目前，惠而浦业务范围遍及全球120多个国家，在全球拥有员工7.3万人。

公司当天还发布了第三季度财报，其北美市场截至9月30日的三个月销售额连续第九个月下滑，欧洲市场需求上个月也大幅放缓，

不过拉丁美洲和亚洲市场需求依然强劲。

财报显示，该公司第三季度净利润下滑6.9%至1.63亿美元，合每股2.15美元；去年同期为1.75亿美元净利润，合每股2.20美元。

此外，季度营收同比增长1.3%，达到49亿美元，为去年第三季度以来的最低增长率，不过达到了彭博社调查的三位分析师的平均预期。

公司董事长兼执行长费

提格表示，全球信用危机已对疲软不堪的世界经济造成严峻冲击；持续走低的房价、失业率率高以及消费者信心低落，至少到2009年年中，都可能对需求构成负面影响。

据称，裁员工作将于2009年底完成，裁员人数占整个公司雇员的7%。

今年1月以来惠而浦在北美已经关闭了四家工厂，裁减了2000人。

该公司10月28日表示还将关闭1家工厂并裁员500人。此外，惠而浦还计划在北美裁减另外500个岗位，在海外地区(主要是欧洲)裁员1900人。

信息时报记者昨天经过多次努力均未联系上惠而浦中国区总裁李彦，惠而浦此次裁员会不会涉及中国员工，以及惠而浦在华策略会不会发生改变，还不得而知。

奥运冠军青睐美的变频空调银河C180

信息时报讯 10月13日，美的直流变频空调出口日本突破100万台。郭晶晶、吴敏霞、刘子歌、何冲、秦凯、王峰、王鑫、林跃、火亮等九位北京奥运会冠军率领中国国家跳水队、游泳队，亲临主题为“国际品质，中国力量”的下线仪式现场，与美的空调、行业领导和新闻媒体共同见证这一历史性时刻。

奥运冠军刘子歌、何冲与美的家用空调事业部总裁陆剑峰、美的空调顺德工厂副总经理坂田仁志

共同为第100万台出口日本的直流变频空调揭幕。随后，美的空调事业部副总裁吴文新邀请奥运冠军一起参观了美的空调世界一流的空调生产线和研发中心，并代表美的向奥运冠军们赠送直流变频空调银河C180，该款空调不仅近期获得国内第一张变频节能证书，同时其高达6.2的季节能效也比是国内第一。

冠军配冠军、第一赠第一，郭晶晶、吴敏霞、何冲、刘子歌等中国水军

的奥运冠军们都对国际品质的美的直流变频银河C180大加赞赏，青睐有加。

此外，美的直流变频空调也得到了中国能效标识管理中心主任王若虹的认可，他说，美的作为行业领导品牌，在国内大力推广直流变频空调，是对国家节能减排政策的有力支持。

据悉，2007年，美的集团和中国游泳运动管理中心结成战略合作关系，全面赞助中国跳水队、游泳队备战奥运。在2008年北京奥运会

上，美的集团支持的中国跳水队和游泳队成绩斐然，取得了8金4银的骄人战绩，再次证明了世界体坛“梦之队”的实力。而中国跳水、游泳队也会与美的集团继续携手，以奥运冠军的精神、奥运冠军的实力在体坛和空调两个领域互惠互勉，登上世界之巅共同迈进。

吴文新豪言，美的空调就是要让中国的消费者，以合理的价格、有保障的服务，享受到与日本市场同步品质水准的变频空调。日本是全球制冷技术整体最为

领先和品质标准最为严格的国家。04年开始，美的空调制造的东芝品牌直流变频空调，四年之间得到日本100万个家庭的认可，并且已经连续3年获得日本节能大奖。这都足以证明美的空调的直流变频技术、制造能力和品质水平已经达到了世界顶尖水平，具备在国际市场与世界品牌同台较量的实力。

吴文新还说，美的直流变频银河家族，全面应用了美的东芝联合研发成果，引入东芝工厂先进的制造管

理模式和6西格玛品质控制体系，与出口日本产品共用品质检测实验室群。美的是国内唯一有能力宣称可以在国内市场大规模提供与日本本土同步品质水准产品的品牌。同时，美的除了推出居于行业顶端最高售价高达1.5万元的全直流变频豪华柜机外，还打破直流变频空调高质超高价

的迷局，推出价格低于普通定速二级能效空调的普及型直流变频空调，让消费者有了更多、更合理的选择。

记者 吴铭