

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :	
Source : ประชาชาติธุรกิจ		54075931	
Date : 40 ก.พ. 2554	Page : 21,22	No :	

แอร์จีน'มีเดีย'เขย่าตลาดซูจูดขาย'นวัตกรรม-ราคาคุ้ม'แจ่มเกิด

แอร์จีนเปิดฉากสู้ศึกรบใหม่ หลัง สัญญาตลาดรวมโตกระฉูด "มีเดีย" เปลี่ยนโมเดลทุกรุ่นส่งนวัตกรรม ประหยัดพลังงาน-ราคาคุ้ม พร้อม เพิ่มไลน์แอร์เคลื่อนที่ หวังเป็นทางเลือกลูกค้าดั้งส่วนแบ่งตลาด

นายสมชาย พิเศษจรัส ประจักษ์ บริษัท มีเดีย อิเล็กทริก เทคดิง (ประเทศไทย) จำกัด ตัวแทนจำหน่าย เครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้แบรนด์ "มีเดีย"

(Midea) จากประเทศจีน กล่าวถึง ทิศทางการเปิดตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าต่อ จากนี้ว่าจะเข้มข้นและเชิงลึกมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าในตลาด เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศที่จะเป็นไฮไลต์สำคัญสำหรับ ผลักดันยอดขายในปี นี้ ซึ่งบริษัทได้ ตั้งเป้าหมายยอดขายไว้ 3.5 หมื่นเครื่อง เนื่องจากมองว่าปีนี้ตลาดรวมจะ สามารถขยายตัวได้มากถึง 30%

เช่นเดียวกับการแข่งขันของตลาด ที่จะรุนแรงกว่าปีที่ผ่านมา โดยมีสภาพ อากาศเป็นตัวเร่ง ซึ่งในช่วงกลางปี นี้ นักวิชาการต่างคาดการณ์ว่าจะเกิด ปรากฏการณ์เอลนีโญขึ้นในหลาย พื้นที่ ทำให้สภาพอากาศร้อนมากกว่า ปกติ

นายสมชายกล่าวว่า ทั้งนี้ เพื่อรองรับ การแข่งขันของตลาดและ ติมาณด์ที่จะขยายตัวของแอร์

ต่อจากหน้า 21

แอร์จีน “มีเดีย”

นายสมชายได้ปรับนโยบายนำเข้าสินค้าเครื่องปรับอากาศใหม่ โดยโมเดลใหม่ที่จะวางเข้าตลาดในปีนี้ทั้งหมดจะเป็นรุ่นที่ประหยัดพลังงาน ภายใต้คอนเซ็ปต์สินค้าและกิจกรรมการตลาด “กรีนเทคโนโลยี” ช่วยตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ใส่ใจและให้ความสำคัญเรื่องของการประหยัดพลังงานภายใต้สโลแกน “มีเดีย ประหยัดไฟมากกว่าที่คุณคิด” ตามการปรับแนวทางการกิจของบริษัทแม่ที่ เน้นผลผลิตสินค้าที่ประหยัดพลังงาน ลดปัญหาภาวะโลกร้อน

สินค้าโมเดลใหม่ นอกจากนวัตกรรมประหยัดพลังงานแล้ว มีเดียยังได้ปรับปรุงลักษณะการดีไซน์ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดีมากกว่าเดิม

“บริษัทจะเริ่มเปิดตัวโมเดลใหม่เข้าร้านค้าและแนะนำตลาดตั้งแต่ช่วงไตรมาสแรก ซึ่งทุกรุ่นจะเน้นเรื่องประหยัดไฟเป็นพิเศษ เป็นแอร์แบบติดผนัง (wall type) 2 รุ่น คือเอ็กซ์ซีรีส์ที่เน้นเทคโนโลยีความเย็นปราศจากฝุ่นและรูนกลอรี เทคโนโลยีประหยัดไฟที่สำคัญรูปลักษณะดีไซน์สวย ทันสมัย ในราคาสบายกระเป๋า เป็นทางเลือกให้ลูกค้า”

นายสมชายกล่าวว่า นอกจากนี้นบริษัทได้เพิ่มไลน์สินค้าเครื่องปรับอากาศแบบเคลื่อนที่ (portable) เข้ามาทำตลาด ภายใต้แนวคิด Fashionable Design ที่ออกแบบมาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการมีเครื่องปรับอากาศติดตามไปได้ทุกแห่ง

สามารถตั้งใช้งานได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ใช้งานง่ายเพียงแค่เสียบปลั๊ก

นอกจากทำตลาดเชิงรุกในเครื่องปรับอากาศแล้วนั้น “มีเดีย” จะทยอยเปิดตัวสินค้าในกลุ่มต่าง ๆ ควบคู่กันไป หลังจากนั้น อาทิ พัดลม, หม้อหุงข้าวไฟฟ้า, ตู้เย็น, เตารีด, ไมโครเวฟ, เครื่องจ่ายน้ำร้อน-น้ำเย็นอัตโนมัติ, เครื่องซักผ้า, เครื่องล้างจาน, เครื่องทำน้ำอุ่น และเครื่องดูดฝุ่น เป็นต้น

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า นอกจากแอร์มีเดียที่ลูกขึ้นมาทำตลาดแล้ว ค่ายแอร์เจ้าตลาดหลายๆ ค่ายก็เริ่มมีกิจกรรมทางการตลาดขึ้นมาต้อนรับหน้าขาย เช่น ค่ายมิตซูบิชิ อิเล็กทริก ที่จัดแคมเปญ วิ.ไอ.พี. มิตซูบิชิ เซล ระหว่างวันที่ 12-20 กุมภาพันธ์ด้วยราคาและข้อเสนอสุดคุ้ม

ขณะเดียวกันก็เริ่มโฆษณาแอร์รุ่นใหม่ มิตซูบิชิ อิเล็กทริก มิสเตอร์สลิม “พีซี ซีรีส์” รุ่นแขวนใต้เพดานผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ ล่าสุดหมายเลข 1 ของตลาดแอร์ยังมีแผนจะเปิดตัวเครื่องปรับอากาศ-ตู้เย็นที่เป็นเทคโนโลยีและดีไซน์ใหม่ของ ปี 2011

รายงานข่าวจากบริษัท จีเอฟเดริเทล แอนด์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทผู้สำรวจและวิจัยสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าค้าปลีก ระบุว่า อากาศร้อนที่คาดว่าจะร้อนมากขึ้นและนานขึ้นกว่าทุก ๆ ปี ซึ่งอาจจะนานถึง 6 เดือน จากปกติที่จะกินเวลาเพียง 4 เดือน จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดโตมากขึ้น คาดว่าเติบโตมากกว่า 10% หรือประมาณ 6.23 แสนยูนิต และเทรนด์เครื่องปรับอากาศปีนี้ยังไฮไลต์ไปที่อินเวอร์เตอร์ แม้จะเป็นซีกเมนต์เล็กและมีราคาสูงแต่กลับมีการเติบโตที่ต่อเนื่อง