

五一家电圈

盘

点

一直以来,黄金周都是彩电企业和卖场争夺市场的关键时刻,“五一”更是关系到彩电企业全年战略的完成,是全年市场的风向标,企业、卖场都铆足了劲使出十八般武艺。今年五一气温陡升,却丝毫没有减弱老百姓购买家电的热情,家电卖场的促销场面也为五一小长假增加了不少热意。

»相关新闻

国美109亿大单 封堵空调“涨价呼声”

今年,南京遭遇百年来最热的五一假期,闷热天气的提前发威让今夏空调旺季市场的“预产期”也跟着提前。记者在国美电器新街口新活馆内了解到,连续几天,来国美选购空调的消费者络绎不绝,空调的需求明显升温,空调旺季已经初现端倪。

早在今年3月份,国美集团就已经联合空调厂家签订了109亿元战略大单,面对空调市场一片涨价的呼声,国美未雨绸缪,以大单资源的优势,提前2个月就开始为今夏可能出现的空调销售高峰做足预案,特别是制定了积极应对市场的抑价措施,全面保障今年空调旺季的价格平稳。

奥维咨询的家电市场专家分析认为,2010年5月、6月、7月三个月,家用空调零售规模有望达到1390万台,达到历史新高。与此同时,2010旺季市场将呈现三大特征:一是变频空调加速放量增长;二是产品升级拉高整体均价;三是大品牌优势明显,小品牌面临出局风险。而这其中,由于铜、铝、石油等原材料价格上涨,“民工荒”带来人工成本增加等因素造成的空调价格上涨则成为行业和消费者关注的焦点。

面对这种形势,国美电器适时导入抑价措施,在旺季到来前,为空调价格全面降温,特别针对目前需求最盛的变频、高效空调给予大力度的通路成本的减价,以期将变频空调市场价格拉低20%左右。

去年全年变频空调同比增长达到128.4%,整个行业开始发力变频空调市场。今年,制造企业的批量生产使得变频空调成本有所降低,而国美电器零售关系变革进一步推动了变频空调的降价。据了解,国美电器在2010年逐步改变了与供应商的合作模式,在卖场管理、规范合同、进场费方面进行了科学的整合和修订,并推出了以“新活馆”为代表的全新的经营模式,提升了渠道的供应链效率,降低了供应商的渠道推广成本,从整体上降低了变频空调的售价。

美的“小厨星”空调 在宁首发上市

5月5日,美的空调在南京举办“小厨星”系列新品首发上市启动仪式,这是美的空调自2009年推出全球首款厨房专用空调以来,又一次以创新技术推出时尚新品。

目前,厨房空调对于中国消费者来说,还是一个新鲜概念。由于受油烟多、温度高等因素影响,空调在厨房无法正常使用时,因此厨房一直是空调安装的死角。美的“小厨星”系列产品作为目前我国乃至全球唯一适用于厨房使用的空调产品,对空调外观结构、运行系统及功能设计等均进行了大胆突破和创新。特别是防油污、强制制冷、易安装三大核心技术,成功克服了厨房油烟大、温度高、安装难的问题。它使用可拆洗室内机机身,并内设两道“油烟防护栏”,全面抵抗油烟;高效旋转式压缩机以及双离心风轮提供强劲动力和超大风量;同时多种安装选择能够适应不同厨房空间的实际情况;加上时尚的外观设计,使“小厨星”真正成为集审美、时尚、科技及生活品质于一体的新品,更为中国家庭摆脱厨房酷热提供了最佳选择。

快报记者 沙辰

»综述

市民放假3天,品牌放“价”7天

不知从何时起,黄金假期的狂购热潮是从假期的前一天就已如火如荼地开场,也许是商家为了提前抢占市场,也许是消费者为了躲避节假日期间的消费高峰,总之你情我愿,这个五一也不例外,火爆的家电销售从4月30日已高调开场,尤其在30日晚间,各大家电卖场更是出现了“挤破头”的哄抢场面,而卖场提前发起

的团购更是让这股提前抢购潮变得愈发猛烈,各种促销活动正散发着不同的吸引力,买赠、直降、买大送小、抽奖、以旧换新补贴等等,不火都难。

记者从国美电器获悉,以新街口新活馆、江东门店、桥北店3家门店作为主会场,国美全市12家门店联合发起的4·30大型团购吸引超过20万人次消费者的光顾。记者

在新街口新活馆销售现场看到,万元家电价格几千几千元地往下掉;千元商品成交价仅仅几百元,部分商品甚至出现了1折价。

尽管五一假期只有短短3天,但大部分厂家与商家都将五一促销的“有效期”延长至7天。有业内人士指出,假期促销有很明显的“节前分流、节后回流”的趋势,一方面是假期时间缩

短,消费者假期安排出行、旅游计划,企业将促销提前,同时延长促销时间是方便假期出行消费者;另一方面则是因为彩电市场竞争激烈,特别是在大家虎视眈眈的节假日,企业开始寻求差异化竞争,通过提前开始和延后结束吸引一部分消费者,最大化地提升销售份额。

快报记者 王多

»白电篇 “低碳板块”大获全胜

空调 低能效产品难觅踪影

四月份慢热天气客观上制约了空调促销,不过这个五一假期高温天气让逛街的行人都有冲进家电卖场看看空调的冲动。低碳空调成了今年五一假期“低碳板块”家电推广的急先锋。格兰仕光波空调跌破千元、奥克斯空调主打1级定速和3级变频和送手机、液晶的促销极大地调动了消费者的购买热情。在四月份推出疯狂抢购的美的空调也迎来销售井喷。南京美的制冷产品销售有限公司总经理何方龙透露,长假期间美的再破行业价格底线,推动变频空调全面普及,变频空调销售同比增长40%,许多门店出现供不应求的状况。无氟变频空调领跑企业海尔也在今年五一促销中受益颇丰。据了解,为了更好地推广无氟变频空调,海尔多家知名连锁巨头率先组建了首个“无氟变频空调推广联盟”,与全球顶级的八大供应商建立了“无氟变频空调低碳产业链”,业内人士认为,舒适高效的无氟变频空调将成为主导市场趋势的主流产品,这也必将加速含氟空调退市。虽然目前全省的销售额还未汇总,但几大空调巨头都喜出望外地表示,突破十万台不成问题。

随着空调能效新标准6月实施,目前市场上三级空调只能再继续销售二十多天的时间,本次五一假期被业内看成清仓的最后机会。

洗衣机 滚筒进入平价时代

今年3月,美的在全国多个城市同步举行美的滚筒洗衣机全国普及战略发布,以5.2KG容量售价1499元和7KG容量售价2399元滚筒洗衣机为先锋展开了滚筒普及。这个五一自然成了检验推广成果的试金石。据美的

相关负责人透露,滚筒普及的目的是为了让更多的人享受到滚筒这一更加环保、节能、符合未来发展趋势的洗衣机产品,美的打破长期以来滚筒洗衣机价格坚冰的举措大获成功,五一期间,消费者排队预订的火爆场面在各大卖场比比皆是,3天时间仅南京地区美的滚筒销售就超过一万台。小天鹅洗衣机也不甘示弱。5月1日至3日,江苏地区小天鹅洗衣机销量超过2万台;其中小天鹅滚筒3天狂卖近万台,同比增长109%。

随着美的推出的滚筒普及,以海尔、三洋为代表的滚筒品牌也纷纷跟进参与到滚筒普及行动中。有业内人士认为,更多品牌洗衣机加入降价普及的阵营,意味着美的将结束“孤军奋战”的历史,滚筒市场或现新一轮白热化竞争,高性价比产品将不断涌现。不过,洗衣机作为高中低端产品用户群最为稳定的家电产品,滚筒普及对一些高端产品的冲击并不大,相反却抢占了波轮产品的份额,这需要引起厂家重视。

冰箱 高端产品受宠

今年五一期间冰箱消费市场,新婚、新居、换购升级大幅带动了对开门、三门等高端冰箱受宠,市场呈现出整体升级换代趋势。节日期间以美的凡帝罗、海尔卡萨帝为代表的国产品牌中高端产品表现优异,积极抢占市场份额,进一步取得高端市场话语权。在五一市场上记者发现,不少消费者在对冰箱节能、保鲜等功能要求日益提高的同时,对冰箱的外观设计越来越重视。据中怡康预测,2010年,中国高端冰箱市场份额有望突破35%。对开门、三门、二门等中高端市场的产品以其独具特色的欧式外观、保鲜“低碳”性能,将成为高端冰箱消费者的主流选择。

快报记者 杨成

»彩电篇 LED成最大赢家

LCD,加速“被驱逐”

如果说去年是LED的元年,那么今年应该算是LED高速发展期,在这个五一的彩电销售中,各彩电品牌纷纷表示,与去年相比,LED的认可度以及销量有了质

的变化。

“与传统液晶电视相比,LED电视最大的不同之处在于它是将LED作为背光源。相比传统的LCD,它具有图像稳定性高、近距离观看不伤眼睛、外形更纤薄、节能等特点,所以当价格相差不多时,选择LED的消费者自然越来越多。”记者在卖场采访时,彩电柜台销售人员纷纷表示。继海信之后,创维在今年年初已经高调宣布,2010

年创维上市的全部产品都将是LED,全力推进LED的全面普及与升级,足见国产品牌对LED的坚定决心。记者从海信南京市场部获悉,假期的3天时间里海信LED的销售已经占据了液晶电视总销售额的30%,远远超出了市场预期。

赶在五一销售旺季之前,各品牌纷纷推出重量级LED新品来打市场,海信的蓝擎系列、TCL最闪耀的“黑水晶超薄LED”P11、创维的E60、E80、康佳的网锐系列以及长虹的LED 920系列,都是今年上半年国产彩电品牌最有看点的LED产品。记者在采访中了解到,各大彩电品牌都将LED作为今年五一销售主力,相比于去年,消费者对LED的优势已经有了越来越清晰的认知,LED受到了消费者的青睐,尤其是年轻消费者。随着LED背光源电视技术的逐渐成熟和上游面板的量产,LED背光源电视产品线已经非常完善,中小尺寸产品也日益增多,五一前各大品牌更是出现了新品辈出的局面,全面满足了消费者需求的同时,产品间的竞争也迅速加剧。随着价格差距的缩小,更多的消费者在从CRT到平板电视的升级

中,直接选择了LED背光液晶电视。在国内外厂商的集体推动下,尽管眼下说LCD已被取代为时尚过早,但“LED背光液晶电视正在快速吞掉原属于LCD电视的市场”这一趋势已很明显,不少厂商已开始加速清库LCD。

降价的主力还是小尺寸

每逢五一,价格都是不能回避的话题,消费者执著于五一集中消费也是看准了价格会比较到位,作为今年五一彩电的销售主力,LED的价格自然也成了焦点,据悉,LED五一期间的实际销售中降价对象主要针对37英寸、32英寸、24英寸等中等偏小尺寸,创维甚至将最具性价比的LED新品E60进行了特价销售,46英寸的E60不过8999元,但卖得最好的还是42英寸E60,仅售7399元。

一直以来,降价似乎总是国产品牌的专利,今年五一则不然,外资品牌处于竞争的压力,也都纷纷亮出不同程度的降价,还有不少是买大尺寸液晶送小尺寸液晶,同时满足客厅与卧室两种需求,对于一次购买客厅和卧室两台电视的用户很有吸引力。

快报记者 王多

»厨电篇 厨电大卖 看产品更重服务

产品:猛打“差异牌”

五一假期,装修旺季,不容置疑的厨电销售高峰,记者在节后的第一天采访了各大厨电品牌,对于今年五一的销售数据目前尚未有具体比照,但3天的晴好天气大大提升了消费者购买的热情,销售全线飘红。记者从方太南京分公司市场部获悉,4月30日到5月3日四天时间,方太厨电销售突破5000台。

据悉,方太五一业绩的功臣主要是“银睿”“光影”两大系列,这也说明方太高端嵌入式厨电的精准定位已经深入人心。今年五一,方太银睿6系携国内第一台嵌入式电烤箱、行业噪音最低(48分贝)油烟机,不仅打破了“越静音越不净”的歪理,还真正打造了目前“最静音厨房”;方太光影6系则因为其独特的全触摸操作以及时尚感极强的设计深受年轻消费者的青睐。

老板电器仅一款“双劲芯吸油烟机8210”就抢尽了风头,其能达到的17m³/min超大排风量也是同类其他产品无法企及的,同时专为80后消费者量身打造的吸油烟机——“朗翼8100”因为其独特的双弧笑脸设计,外观优雅大方,同时内胆无挡烟死角,充分提升了吸烟效果,也顺理成章地成了五一的抢手单品。

西门子力推的digi数感智控中心TM厨房电器,其恒净TM智能自清洁系统可以自动提醒您启动清洁程序,加热溶解油烟机内部核心动力系统中积累的油污污垢。还有“一对一联控技术”,实现了点燃燃气灶后吸油烟机就会自动感应启动的联动便捷;燃气灶熄火后,吸油烟机又会在延时3分钟后自动关闭。

帅康CXW-200-T799吸油烟机的面市,突破了厨电行业极限,开创了49分贝静音新标准,此外WTD100K-W1微波消毒柜更是实现了独一无二的微波消毒方式。

服务:从销售前开始

厨电和彩电冰箱等家电不同,必须配备专业的安装才可以保证实际的使用效果,消费者在考虑产品功能以及价格之外,对品牌提供的售前售中以及售后的服务也是相当重视。

针对吸油烟机的销售,方太率先在业内推出“免费预埋烟管”的服务,倡导“烟管先进场,厨房再封顶”的油烟机安装理念,成为方太油烟机热销的重要“软件”保证。

老板电器则推出KDS“五星全程管家”服务,整个流程除了专业的厨房布局建议外,还包括安全用电检测、预留橱柜开孔、油烟机吊顶封边、公用烟道勘查、风管预装、防回烟设置等多项增值服务。

快报记者 王多