



对一般消费者来讲,与购买彩电、冰箱、洗衣机等“大件”相比,小家电产品的价格一般在几十元到几百元之间,这就使消费者比较容易做出决定。另外,这些小家电功能实用,价位适中,而且多数都设计得精巧别致,包装考究,使其容易成为消费者节日期间馈赠礼品的选择对象。对生产厂家和经营者而言,厨卫类的小家电不属于耐用消费品,更新换代快,价格不高,多数家庭愿意也有能力进行翻新更换,使商家能够比较稳定地从其中获取利润。小家电消费正日益走近我们的生活,并展示着生活时尚的一面。



小家电进军礼品市场

双剑合璧利润可观

本报综合消息 从礼品的构成角度来看,目前个人礼品市场呈现出“情趣化、多元化、个性化”发展趋势。礼品家电走俏。

首先是近年家庭收入有很大程度增加,提高了家用电器购买能力。同时伴随着生活节奏的加快,人们希望尽量减少家庭劳务的时间,这使得小家电,特别是厨房小家电如微波炉、多士炉、搅拌机热销起来。生活品味的追求以及旅游休闲之风日盛,使小型视听产品如便携DVD机、笔记本电脑、掌上电视、MP3机、MD机等成为青年人追求的时尚商品;近年由于电价上涨幅度低于煤气上涨幅度,消费者感到用电比用气更加经济也更环保,这也带动了电热水器、电饭煲、电水壶等小电器的销售。另外,小家电的小巧与

实用性也使它们成为都市里流行的馈赠佳品。

家电消费已经越来越融入环保新概念,掌握了健康主动权;无氟冰箱、空调,环保彩电,还有具备除臭、除烟、除尘、清洁空气的小家电等。过年买个家电用品回家或送给朋友当新年礼物已经成为一种潮流。当然,礼品家电中最“得宠”的是健康家电。

女士用的小家电同样种类繁多,也颇受爱美女士的欢迎,美容修剪器、睫毛卷翘器、毛孔清洁器、美容卷发器……这些都是专为女性量身打造的。

从小家电的分类上来看,比如厨房、美容、健康、取暖等都是与人们的生活息息相关的产品。功能上可以各取所需,价格也由成百至上千任君选择。尤其是让消费者动心的是,小家电大都

从人们的情感所需出发,满足了现代人情感联络的需要。一些厂家也正是抓住了这一点动脑筋做文章。

无论是一台精美的加湿器,还是一台可以烹调出美味佳肴的小厨房电器,它不仅让我们感受产品本身的功能,还有一份现代化的生活方式。它不仅让受礼者本人享受了接到礼品的快乐,也让其家人和朋友同时分享一份幸福。礼品家电的热销,说明广大消费者的生活水平、生活质量已经得到了相当的提升,购买力不断增强,礼品的选择范围也日益扩大。

目前,省城居民家庭大家电的拥有量也相当高,城市电视机、洗衣机、冰柜的家庭拥有率都在100%左右。开拓大家电市场成了难题,在各企业纷纷展开“降价战”的情况下,目前大家电的利润

只有5%,甚至更低。而小家电的销售利润则长期保持在两位数上。小家电分为视听产品与家居用品两大类,家居用品如微波炉、电熨斗、剃须刀、电饭煲等的利润一般在15%到25%之间。这是小家电中利润较低的商品。而视听小家电的利润则高于家居小家电。

在大家电趋于饱和的情况下,制造业都把营销重点放在小家电上,以开拓小家电的大市场。

随着礼品市场需求的不断扩大,尤其在高端商务礼品市场上高消费现象的出现。一些家电企业正逐渐把目光由普通的家庭消费转向家电礼品市场。

在一些大商场,小家电销售情况也都比较乐观,不少商家都在悄悄的扩大销售小家电商品的面积,以赢得更多的顾客。

联通宣布 9月前WLAN免费

本报综合消息 据中国联通相关人士透露,联通今年将大力发展WLAN无线上网服务。目前联通已为后付费用户提供免费的WLAN无线上网服务,从即日起到8月31日之前,联通2G和3G用户都可参加此项活动,全国免费漫游且无时长和流量限制。

具体开通方式为:联通后付费手机用户可直接发送短信“TYWLAN”至10010自助开通免费套餐,获取WLAN业务登录密码。该套餐即刻申请,即刻生效,并将于2011年8月31日24时自动关闭。成功开通后,用户可在公共热点覆盖区域搜索并连接“China-Unicom”无线网络,依据页面提示输入手机号码和登录密码即可使用。

中国联通相关人士进一步透露,在8月31日免费体验期结束后,用户将收到服务关闭短信提示,用户如需保留WLAN上网服务,将需要重新开通,目前8月31日后暂定的服务功能费为每月6元。

国内品牌转型高端 冰箱市场酝酿变局

本报综合消息 2010年,受节能产品惠民工程、家电“以旧换新”等利好政策及楼市旺销的拉动,冰箱市场取得高速增长。统计数据显示,2010年中国冰箱产量和销量增长均在20%左右。冰箱行业全年产量7058万台,同比增长26.4%;销售6930万台,同比增长22.7%。其中,国内销量又创新高,全年销售成绩5096万台,同比增幅接近30%。

值得注意的是,中高端冰箱市场进一步加速扩容。根据中怡康统计数据,2011年1月至3月,国内三门冰箱零售量、零售额分别同比增长41.86%和22.28%,多门冰箱零售量、零售额分别同比增长53.79%和42.04%。对开门冰箱零售量、零售额分别同比增长25.58%和13.37%,以这三类冰箱为主体的中高端市场的涨幅远高于整体市场。受上述三类冰箱的挤压,传统双门冰箱的零售量、零售额分别同比下降11.12%和16.01%。

目前,整个冰箱市场产品结构在升级,品牌竞争格局也发生了很大变化。由于国内品牌对中高端市场的全面介入,“外资品牌走高端,本土品牌搞低端”的固有格局正在瓦解。从中怡康的数据可以看出,2011年1月至3月,国内品牌的零售量份额已经接近8成。与此同时,在快速发展的国内冰箱市场中,各层级品牌均动作频频。一二线品牌通过并购及产能扩张,不断稳固和扩大自己的版图,三四线品牌也借势家电下乡迅速推进销售,不光是本土品牌激烈拼杀,外资品牌和新进品牌也纷纷借力政策挤占市场。

随着国内冰箱市场规模的持续高速增长,冰箱企业纷纷布局扩产,表现出对2011年乃至今后更长一段时间冰箱产业的发展充满信心。今年2月,海尔新建的年产320万台节能环保冰箱的项目已经竣工,投产后将超过600万台。美的在广州和荆州基地将进一步扩产,2011年产能还将有接近40%的增长。3月份,西门子在滁州的第二个冰箱厂奠基。此外,海信科龙和美菱电器等厂商也在积极布局扩张产能。

可以预见,2011年的国内冰箱市场,品牌竞争将更趋激烈。不仅如此,冰箱产业近年成功跨越节能升级、制冷剂替代等技术门槛,正在跨入产品升级期。2011年,产品升级引发的产业升级将给冰箱企业带来更多的机遇,而今年冰箱销售的旺季,也将为冰箱企业重新构建竞争格局提供良机。

据悉,2011年冰箱产品发展趋势时认为,高端、智能、保鲜和精美外观将成为高性价比冰箱必不可少的关键元素。

苏宁电器携手中国联通 全面迈入3G智能时代

本报讯 2009年,中国通讯领域全面进入3G时代,引起了通讯行业的一场巨大变革,智能手机发力,开始瓜分通讯市场这块巨大的蛋糕。历经3年的发展,中国三大3G网络品牌无论在网络覆盖、终端数量还是3G应用等方面都趋于成熟,3G网络普及已经是大势所趋,而与3G网络密切相关的智能化应用终端也呈现出蓬勃发展的之势。

移动智能终端引领3G发展潮流

三年前,手机、固话、宽带等都是运营商的核心业务,而其他增值业务也只是依托于这三大业务的附属产品。3G时代的来临意味着速度的提升,更多是从语音、宽带、通讯等基础业务的层面转向娱乐、社交、网络互动、应用平台等

多元化市场转变。在未来,手机可能被“移动智能终端”这个名词代替,推动这一趋势发展的主要原因就是Android、windows phone等智能手机平台的兴起和普及。

据苏宁电器营销总部李斌介绍,作为全国最大的3G家电及消费类电子零售连锁企业,苏宁拥有最丰富的厂商资源,掌握通讯产品的最新潮流信息。上游丰富的产品资源,下游广大的客户接触,使得苏宁成为引领3G普及、智能时代推进的领跑者。借助5.17国际电信日的契机,苏宁又将推出多款全球首发通讯新品。

来苏宁 预存话费送超级大礼

据介绍,苏宁经营着整个行业内

最丰富、最新潮的产品,与三大运营商也保持着长期的良好合作关系,无论是厂家还是运营商方面都占有绝对优势,为推进三网融合提供了绝对竞争力。

笔者在海口苏宁了解到,针对今年5·17电信节,苏宁与联通联合倾情大回馈,为消费者准备了各种套餐送话费、送大礼的活动。在海口苏宁各门店预存话费252元获三星手机一部,加送252元话费;预存504元获LG手机一部和松桥电磁炉,加送504元话费;预存2088元获诺基亚手机一部+三星数码相机一部+2088元话费;预存3168元,获诺基亚手机+松桥电磁炉+惠而浦空调,再送3168元话费。



实施近两年的空调节能惠民补贴政策将于今年6月1日到期。近日,记者走访多家家电卖场时看到,抢在盛夏到来之前买空调的市民还真不少。“家里新房装修,我本打算七月买空调的,但是,怕补贴取消后价格就上去了,所以赶紧来买。”近日,在某家电卖场,消费者陈先生如是对记者说。此外,近日一路走高的高温,也促使今年的空调销售启动较往年有所提前。

空调整能惠民补贴将到期 市民抢赶末班车

往年此时最多20%。

口风紧,厂家不说会涨价

目前,国家对节能空调的补贴是补给空调厂家,那么,取消补贴后,厂家会否因为成本提高而涨价?记者采访苏宁、国美等家电连锁卖场得知,目前卖场尚未收到厂家的涨价通知。

据透露,生产厂家即使要调整价格,反映到零售终端也会有个时间过程,因此,即使过了6月1日,空调价格也不见得会立马调整。但是,消费者错峰购买空调是有好处的,因为如果都聚集在七八月份购买的话,高峰期的送货车辆、安装人手都会相对紧张,服务质量可能会略有下降,此时购买可获得较高质量的服务。

精明商家亦顺势提前启动促销活动,近日,多家卖场顺势推出双份补贴,即在国家定额补贴之外,促销让利补贴二级以上高效空调,平均补贴力度达10%以上。

背景

节能空调已深入人心

记者了解到,为了淘汰高能耗空调、推广节能空调,国家相关部门从2009年开始实施空调节能惠民补贴政策。政策实行初期,国家节能补贴最高曾达到850元,但从去年6月1日开始,随着3.4.5级能效比产品完全退出家电市场,这项补贴的最高金额从850元直接下调至250元。从今年6月1日起,这250元的节能补贴也将彻底取消。

某知名空调品牌相关负责人告诉记者,实际上家电下乡与以旧换新补贴已经覆盖到了空调的所有消费群体,节能惠民补贴此前已经调低过一次,取消补贴对于企业的影响并不大。而变频空调才是未来的发展趋势,无论从产品特点、节能效率还是用户体验上都优于定频空调。所以,国家政策的最初目的已经达到。

平板电视增速“跳水” 3D电视已占2成份额

本报综合消息 近几年每逢黄金周都会在一线城市一直保持上行态势的平板电视,已经开始出现了明显的增速放缓迹象。“五一”黄金周,多家卖场销售数据显示,平板电视整体的增长势头已经大不如前;不过,今年以来市场热门的3D电视,份额已经增至两成,并且还将继续扩大市场份额。

3D电视已占两成份额

综合电视机厂家和各大卖场的信息显示,平板电视虽然仍然占据“五一”黄金周的市场主力地位,但增速已经相当缓慢。从过去第一季度的销售数据来看,国内彩电巨头的销售都出现了停滞甚至同比下滑,增速已经下降到个位数,特别是以广州为代表的二级市场,开始出现阶段性下降。

市场调查公司中怡康的数据也佐证,仅今年1月城市市场彩电销售规模整体下降了15%,2月份受春节过后淡季影响下降幅度甚至超过50%。事实上,2010年开始平板电视增长规模已经开始放缓,行业普遍预测今年平板电视增速可能会降至10%-15%。创维集团副总裁杨东文表示:“前几年快速增长的态势不可能复制了,稳中有增将成为平板电视市场的主要特征。”

不过,在整体增速放缓的同时,3D电视呈现“逆势上扬”的局面。据广州国美方面对于“五一”销售的统计显示,3D电视已经占据彩电销售的18%,接近两成的份额,而这数字在上一个旺季——今年元旦也只有8%。卖场相关人士表示:“虽然3D市场现在还不成熟,但是3D功能已经成为了高端型号的标配之一。”

3D“快门偏光之争”愈演愈烈

目前,市场上的3D电视型号主要分为“快门式3D”和“偏光式3D”两种,两大阵营各自为政,各有特点。以LG和创维为代表的“偏光派”主打健康不闪、眼镜便宜等为主要卖点,一度在市场上刮起强劲的“偏光风”。

而在“五一”前,“快门式3D派”的代表三星通过面板合作的方式,联手索尼、松下、东芝、夏普,以及TCL、长虹、海信、海尔、康佳等国内重要电视厂商,试图通过全高清(FULL HD)3D面板形成的画质优势,主打“画质派”,酝酿市场反击。“快门派”方面认为,虽然偏光式3D的眼镜成本较低廉,但是画质显示并非全高清画质,而是SD级别的画质。由于画面的分光是显示屏上下交替进行,从上下角度看画面,偏光的感觉比较明显,影像可视角度。

多个小家电国际标准密集出台 将冲击劣质货

本报综合消息 全国家用电器标准化技术委员会近日传出消息称,豆浆机国家安全标准将于6月1日正式实施。另外,吸尘器、电熨斗、空气净化器等诸多小家电的国家安全标准也在制定中。相关人士对重庆晚报记者表示,小家电标准的密集出台,将对品质低劣的制造品形成直接冲击。

目前我国小家电行业已有相当规模,但由于行业准入门槛较低,市场鱼龙混杂。对此,有专业人士指出,相关产品标准滞后甚至缺失,这类产品的能耗、材质、安全等很难规范,是市场混乱的主要原因。为此,全国家用电器标准化技术委员会启动了小家电标准的制定工作,并先后出台了电磁炉、电饭煲、微波炉标准。

该委员会秘书长马德军透露:豆浆机之后,紫砂煲也将有标准可依了。马德军说,如果炖锅的标准能够提前制定,就不可能出现所谓的“紫砂煲事件”,因为对于电炖锅行业标准而言,最关键的就是保证内胆的性能安全和食品安全。

据了解,除电炖锅外,工信部今年还计划对35项家电标准进行制定和修订,其中包括多项小家电标准。比如储水快热组合式电热水器、电动按摩床、电灭蚊拍、电热卷发器、家用电烤箱、家用干衣机等。

专家透露 iPhone 5推迟原因

本报综合消息 据国外媒体报道,摩根士丹利首席分析师孔蒂·休伯特于上周访问了苹果总部,与苹果高管三人组讨论了关于iPhone 5推迟上市的问题以及其他一些时下热门的问题。休伯特在报告中称苹果高管三人组不愿意透露详细细节,3人更愿意讨论关于iPhone未来的突破和建设更多更大的零售商店的问题。他们告诉休伯特,苹果接下来的产品开发相比硬件来说更多的将会以软件为主。苹果公司正在计划一个iOS 5的大升级,有消息称下一个iOS操作系统开发将会主要着眼于云计算和互联网服务。

休伯特将他对苹果的信心直接归因于以下这些关键因素:LTE iPhone更新周期和2012年的3G iPhone价格、平板电脑市场扩张以及苹果持续的市场支配地位、在中国分布面不断扩大以及2012-13年苹果可能进军智能电视市场。

据休伯特的报告显示:540美元的目标价是与能使未来几年内iPhone销售年增长55%的最佳销售策略直接相关的,而iPad和Mac的销售则预计分别增长74%和17%。

市场分析师表示,苹果可能在2012年底发布LTE iPhone。值得注意的,休伯特的预测也包括了2012年晚些时候的iPhone 3G全面降价。这将会是苹果计划将iPhone推销给不愿在智能手机上花很多钱的顾客群的传言的有力支持。

家电下乡4月骤降三成 11月三省家电下乡将终止

本报综合消息 5月9日,商务部公布了2011年4月的家电下乡销售数据,4月份全国共销售家电下乡产品328.8万台,同比下降31%;实现销售额87.2亿元,同比下降12%。

今年3月家电下乡的数据达到了历史峰值,2011年3月全国家电下乡产品共销售1471.5万台,同比增长135.36%;实现销售额344.8亿元,同比增长178.06,而3月一个月的销售收入相当于家电下乡实施三年来总出货量的1/10,然而4月的出货量数量居然只有3月的1/4强。

商务部方面给出了自己的解释,那并非是因为消费需求萎缩导致的,而且因为政府监管加强后出现的调整。

消息人士指,“为防止销售网点骗补、抽卡销售及倒卖标识卡等违规行为,今年商务部启动了新的家电下乡标识卡,旧标识卡产品在4月15日之后停止销售,这在一定程度上使得4月的销售部分提前至3月,数据上则体现为3月份销量的激增。”

政策相继退出将对行业销售增长形成负面作用,首先是今年6月1日节能惠民财政补贴将停止,这对空调行业有很大影响,而今年11月占家电下乡销售比例超过45%的山东等三省家电下乡停止也让家电销售出现较大下降。有分析师指出,一旦家电下乡全部停止三四级市场的家电销售规模将从目前的每年3000多亿元下滑到2500亿元以下,为了应对后家电下乡时代的挑战,海尔集团CEO张瑞敏近日撰文指出要通过大规模定制的高利润模式来避免规模下降导致的损失。

用友 企业管理软件
用友软件+用友云服务
迈向云端企业
用友云战略
成就亚洲最大、全球领先的企业云服务提供商
用友软件海南分公司 海口市国贸路1号景瑞大厦A座9楼
咨询热线:0898-66517099

金蝶,企业管理专家
铸就80万家中国企业成功管理模式
Kingdee 金蝶海口分公司 咨询热线: 4008-830-830
0898-66502285

IT·家电周刊
IT·家电业界最佳载体
专刊热线 66810510 66810282
电子邮箱 812549160@qq.com