



城市市场竞争激烈

家电卖场掀下乡热潮

渠道下沉带来增长机会

一二线城市家电市场日益饱和，乡镇市场明显成为目前大型家电零售商的重点拓展地区。

“近年来，乡镇家电市场的购买力有所提升，以海口市周边的桂林洋、灵山等乡镇为例，在3年前，仅有不过五六家小的家电商来此批发，且鲜有配送上门安装，现在比较常见了，顾客还有来自定安、屯昌的。”海南美都家电执行总经理陈德松告诉记者，从2013年开始，美都来自的乡镇客户数量每年以50%的速度递增，目前已大约拥有两、三百个客户，其中多数分布在除海口、三亚外的各市县。

陈德松分析认为，一则由于当下家电的促销活动影响面扩大，辐射范围已覆盖到乡镇，二则为人员流动所造成。他预测，乡镇市场大有潜力，由于乡镇

居民对家电的需求是刚需，今年，尤其在空调、冰箱和洗衣机这三类电器很可能成为销售额增长的爆发点。

“目前海南省约有420万网民，其中8成有网购意向，加之本省农业人口居多，这也促使大型家电零售商向乡镇市场扩张。”苏宁海口地区管理中心总经理祝大志举例：洗衣机在过去5年间，每百户拥有洗衣机的数量在农村增长了46%，而电冰箱农村增长的速度是158%，空调增长了200%，手机增长了154%。这说明白色家电在农村的市场前景非常好，当下城市市场接近饱和，渠道下沉意味着打开了新的增长空间，家电卖场未来发展前景可期。

乡镇电器价格将逐年走低

记者近日在乐东黎族自治县佛罗镇田头村的万家乐电器城内发现，一

台TCL的1匹变频空调，售价为3400元，而在国美电器海口市新华南店，其售价仅为2499元，苏宁的售价为2399元。

同品牌同款的空调，为何乡镇市场价格更高？国美海南地区市场部经理胡明松认为，乡镇市场属于三、四级乃至五级市场，大部分会经过经销商和批发商加价，因此有一个价格差的问题；其次，乡镇家电用户可选择或对比的商家较少，这也是乡镇家电高价的原因。

“据此前的市场调查显示，海南乡镇市场存在盲目消费的情况。”祝大志说，“乡镇市场品类较少，居民购买家电更多地考虑实用家电和特价机，中低档需求比例较大。”

有业内人士认为，苏宁、国美等大型卖场进驻乡镇，对乡镇居民是利好消息：有竞争，电器价格将逐年走低；选择多了，购物距离近了；新产品上市

基本上与大城市同步。

打通最后一公里是关键

进驻乡镇市场，物流配送是最大的难题，会增加成本和工作量。以彩电送货为例，由于农村销售网络不健全，一个家电销售点的辐射要达到50公里甚至更远。

此外，目前乡镇地区售后维修普遍覆盖范围小，这也使得卖场的售后服务跟不上销售速度。

“海南乡镇的家电卖场基本以个体户小铺面的形式存在，商家的货物供应链较长，导致了售后服务繁琐。”胡明松表示，与之相比，国美、苏宁的优势在线上与线下可同时并举，还有因供应链较短而产生的高效率服务。

“这要求我们把实体门店在全省铺开，为渠道和服务下沉建立基础。”胡明松透露，目前国美已在文昌铜鼓岭设置了中转站，兼具售后服务、仓储等功能，尔后，将会把这一措施在全省进行推广。

苏宁方面则决定在全省各县城建立起苏宁易购服务站，作为苏宁乡镇市场设点服务，也承担着售后的功能。

相比之下，本土大型家电零售商则显得谨慎了许多，“乡镇的许多电商是我们的客户，抢占乡镇市场，会使我们流失许多客户，且进驻乡镇市场提高成本，而所占市场份额却并不乐观。”陈德松表示，美都暂不打算进驻乡镇市场，但是对于琼海和儋州等城市正在谋划进驻事宜。



e 资讯

我国手机即时通信使用率超过PC端

即时通信作为最基础的互联网应用，在电脑和手机端的智能应用使用率均位居第一。随着智能机的普及和价格的逐渐降低，手机即时通信使用率已经于2014年底超越PC端。中国互联网络信息中心分析师郭锐介绍，截至2014年12月，我国即时通信网民规模达5.88亿，比2013年底增长了5560万。即时通信的总体使用率为90.6%，较2013年底增长4.4个百分点。

而手机即时通信网民数为5.08亿，较2013年底增长7683万，年增长率达17.8%。手机即时通信使用率为91.2%，较2013年底提升5个百分点。

实时通话类即时通信是在WIFI网络覆盖的基础上向即时通讯软件中加入免费通话功能的新型即时通信工具。PC即指家用电脑，从前PC端的很多聊天软件都具有即时通信类似的功能，但随着实时通话功能在无线端即时通信上面的使用，使得这一功能上升到了与传统手机通话同样的模式，加之“免费通话”的宣传口号，让传统运营商的处境再次受到关注和讨论。

业内专家预测，即时通信工具除语音聊天、视频聊天等功能外，还将以广告、支付等新服务作为主要发展方向。如何在留住现有用户的情况下吸引更多的用户，并为用户提供更多有价值的专业服务将成为即时通信未来发展的新课题。

(据新华网)

家电小贴士

五大标准教你判断冰箱保鲜指数

随着人们生活水平的提高，在购买或更换冰箱产品时，越来越注重冰箱的保鲜及冷冻品质了，好的保鲜及冷冻品质就是需要储存在冰箱中的食物营养流失更小，食物口感始终如鲜。近几年冰箱产品保鲜技术越来越成熟，哪些技术指标参数会直接影响到果蔬的保鲜呢？其实只要看以下五大指标，就能心中有数了。

温度指标：不同的食物需要不同的保存温度，例如：牛奶、啤酒、果汁、果酱最佳的保存温度为0℃—5℃，所以适合放在冷藏室；鱼类、肉类、雪糕等食品的保存温度应低于-6℃，存放在冷冻室是最合理不过的了。

湿度指标：水分是果菜鲜活的源头，果菜一旦缺水，就会风干枯萎。冰箱应保持95%的水分，食物才能真正水灵灵的。

风向指标：冰箱应采用多面送风，实现360°送风，使冰箱内部每一个角落温度更均匀，食物不会因温度忽高忽低而变质，常保鲜活气息。

气态指标：冰箱里的食物为什么不能永远保持鲜活？果菜释放出的乙烯气体，容易催熟食物，冰箱里含氧量过大，易使食物腐烂变质。所以，必须有效吸收乙烯气体，合理调节空气的成分，才能使果菜保鲜期更长。

抗菌指标：如果冰箱抗菌措施做得不好，大肠杆菌、霉菌、金黄色葡萄球菌等10多种有害细菌就会在冰箱里滋生、繁殖、侵蚀食物的细胞质，不仅使其完全丧失营养成分，而且感染毒素。所以冰箱必须实现全方位的立体型抗菌，谨防“病从口入”。

版面联系

蔡佳倩 18608978135
张靖超 18689937782
王艺 18608986288



消费提醒

平板电脑免费送，馅饼还是陷阱？

省12315：街头流动售卖活动不可轻信

消费者花超过手机、电脑价值的钱购卡充值的消费陷阱。

街头电视平板免费送？

去年12月28日，家住海甸岛五西路的陆女士出门散步时，看到有联通公司的抽奖售卖活动，现场有特别优惠，如抽奖免费送电视、送平板。

陆女士回忆道，当时只要参与活动，就能得到一张抽奖卡。她参加后也拿到一张奖卡，刮开后发现是二等奖，奖品是平板电脑一台。

据售卖现场工作人员介绍，陆女士只需付999元，就可获得一张含999元话费，能使用两年零三月的联通手机号卡。“套餐每月66元，包含200分钟通

话费和560M流量，其中联通公司每月返还30元，我每月只需支付36元话费，还可免费得一台既能上网又能通话的平板电脑。”陆女士告诉记者，她觉得很划算当场就付了钱。

然而，陆女士很快发现套餐流量有问题，不到一周联通公司就短信提醒她：流量套餐快完了。

于是陆女士到联通公司查询流量套餐，客服人员却告诉她：中奖办的手机卡流量仅有160M流量。此外，售卖给她手机卡的人也不是联通公司的员工。

陆女士随即拨打12315投诉热线，要求联通公司退货。

免费是幌子，骗你来充值

无独有偶。一些海口市民反映，类

似的情况还出现在明珠广场等人流量较大的区域，三大运营商都会不定期推出这类活动。

参加过类似活动的吴先生说，这类活动通常会搭建一个简易舞台，先将购物袋、洗衣粉等小礼物送给路人，引人注意，主持人见人多了便停止发礼品，并适时表演节目吸引更多围观，待人数较多时，便开始送手机、送平板买手机卡活动。

“现在细细想来，哪有白送手机的？天上不会掉下馅饼来。”吴先生告诉记者，事后他根据型号在网上查到，赠送的手机价格甚至比充值的话费总额还低，“一些运营商为了抢占市场推出这些促销手段，让人稀里糊涂地交了几百元就被绑定成用户的做法有些不可取”。

街头“优惠”不可轻信

工商部门接到投诉后与联通公司进行了沟通。联通海甸分公司负责人表示，将把手机卡过户到陆女士名下，同时，赠送一年共12G的流量包。

但陆女士不同意这样的补偿，坚持要求退货。目前，双方仍在僵持。

对于市民反映的“被坑”经历，三大运营商海口公司相关负责人表示，公司层面不会组织类似的促销活动，有可能是一些代理商的自发行，广大消费者一定要去正规营业网点办理业务，不要轻易相信户外或上门推销的行为。

省12315中心工作人员提醒消费者，街头流动售卖活动不可轻信，特别是通讯电子类产品，陷阱特别多，因此，最好不要在街头流动摊点购买通信产品。

海南日报报业集团 六报一网全媒体联合国美电器
携手三十多家家电巨头 共同打造诚信3·15

海南首届家电展 巅峰惠展

凭票进场

价格一步到位，
满额再送现金！

3月14日-15日

活动主办：海南日报报业集团 国美电器

活动地点：海口市体育馆（万绿园旁） 门票咨询热线：66810037 66810888

参与品牌

GOME 国美 Hisense 海信 Skyworth 创维
SAMSUNG 三星 SHARP 夏普 TCL 海尔
KONKA 康佳 CHANGHONG 长虹 Ronshen 容声
SIEMENS 西门子 SANYO 三洋 美菱 Midea 美的 小天鹅
Midea 美的 Gree 格力 美的空调 KELON 科龙
FOTILE 方太 SUPOR 苏泊尔 Wanward 万和 万家乐
ROBAM 拉博康宝 A.O.史密斯 Vatti 华帝
OPPO 步步高 Dooov 朵唯 HUAWEI 华为