

E·调查

海南家电市场“期中考”与去年同期整体持平

家电线上线下
火与冰的较量

■ 本报记者 王培琳

A 受宏观经济影响
家电行业整体不温不火

近几日,记者走访海南家电商场时发现,购物者寥寥无几。

美都家电市场营销总监符先生的话正好验证了记者所见。“今年上半年销售增长较往年明显放缓,大多商品的销量也是靠节假日促销活动来推动,平日里零散客户减少很多。”符先生说,家电的销售与国家宏观经济形势是密切相关的。业内表示,受此影响,我国家电行业继续处于横盘震荡,各细分市场涨跌互现,特别是大家电市

场,仍然相对低迷。而海南市场的行情也大致属于此类现状。

“大环境下,国家政策补贴也逐渐取消,前几年有‘家电下乡’‘以旧换新’‘节能补贴’等政策支持,目前这些补贴相继取消,也稍微影响了百姓购买欲望。”苏宁电器海甸店负责人表示,同时,购物渠道的多元化也增加了百姓的选择空间,线上销售以及售后服务的完善也对实体门店的销售有一定的影响。

一年过去大半,海南家电市场的“期中考”成绩也已揭晓。

近日,记者走访了海口各大家电商场,并采访各商场相关负责人以及业内人士了解到,今年上半年海南家电市场较之去年同期整体持平,小家电等品类略有增长,与实体门店不温不火的境况不同的是,线上销售则有了较大幅度的增长。

B 火爆新品叫好又叫卖
新技术新品类带来新气象

不过,虽家电市场整体增幅放缓,但是在部分品类仍然呈现一派新气象。

“每当某个品牌推出新品,尤其是小家电类推出新品,总会出现单品销售火爆的场景。”国美电器海南市场部经理傅启忠举例道,譬如方太的洗碗机、其他品牌的多功能烤箱配合免费烹饪课以及智能厨卫用品,都位居国美单品销售的榜首。

业内人士表示,在家电企业主动去过剩产能、加强供给侧结构性改革、加速产业转型升级等努力之下,行业逐步摒弃大规模、低价格的竞争方式,而是借助技术创新、品质升级来提升产品竞争力。

据介绍,今后海南家电行业市

场乃至全国,需求不足仍将延续,但百姓对“好产品”的迫切需求仍然存在。事实上,在消费升级推动下,产品结构升级已经成为家电行业发展的一条主线,并且为家电企业创造了结构性发展机会。

海南信兴电器市场企划部负责人表示,这种现象在现在的家电市场已经感受得到,今年冰箱洗衣机的产品功能升级较为明显,百姓也更青睐新产品,洗衣机大容量、超薄、健康、烘干、分开洗涤、定制、变频和智能市场,处处形势大好。冰箱界里的多门、变频产品份额进一步扩张,智能、健康功能受到消费者更多的关注,有些家电企业开始尝试与生鲜电商的跨界合作,甚至准备试水冰箱“硬件免费”的新商业模式。

C 网上下单成热门
购物不再一手掏钱一手交货

8月5日中午,海口市民王先生带着7岁的儿子在店里看中一款某品牌的儿童房专用的1P空调,逐一感受完该空调的各种功能之后,王先生并没有在店内下单,而是通过手机APP下单购买。

“这样,如果有什么情况,也方便进行退换货,在网站上购物也免去店里买单的麻烦,并且可以享受得到一样的售后服务,所以会选择在线上成交。”王先生说。

据介绍,与实体店销售“不温不火”的场景截然相反的是,海南家电线上销售今年依然呈现“一片大好”的形势。“上半年有几个月

份,线上销售增长额甚至达到300%-500%。”苏宁易购海口旗舰店店长王栋说。

王栋介绍,近些年,由于线上品牌推广逐渐深入人心,同时,网购成为人们的生活习惯之一,年轻人也愿意尝试通过网上下单、店内体验的方式进行购物,像王先生这样的消费者不在少数。

“其实对于很多大型家电,譬如电视、冰箱等,消费者并不能完全放心,也很少能做到不看实物直接从网上购买,所以到实体店体验之后,通过网上进行下单,这还是目前线上成交的常见情况。”王栋说。

E·表情

大公司别老想着
干掉小公司

日前,海尔总裁张瑞敏在接受媒体采访时表示:“我个人认为,市场不大可能由这些‘企业帝国’主宰,应该是由很多的‘创业生态系统’来主宰。”

张瑞敏进一步表示,目前这两者还做不到相互依赖,因为那些超级大公司都希望把这些小公司干掉。“我个人认为,对于大公司来讲,现在最需要的是怎么样自我颠覆,因为如果大公司不能够自我颠覆,迟早会被小公司颠覆。”

(综合)

E·资讯

系统安全能力不完整
两款手机被工信部点名

记者了解到,工信部刚刚公布的今年第二季度电信服务质量通告中,特别点名了两个型号的手机产品,称其系统安全能力不完整。

工信部表示,在今年第一次智能手机的证后监督检查中,共抽查26款智能手机的操作系统和3098款预置应用软件,发现两家企业的两款智能手机存在操作系统安全能力不完整的问题,分别是厦门美图移动科技有限公司的Meitu V4和深圳舒高移动通信有限公司的SUGARS,已责令相关企业整改。

同时,工信部还组织对42家手机应用商店的应用软件进行技术检测,发现不良软件32款,涉及违规收集使用用户个人信息、恶意“吸费”、强行捆绑推广其他无关应用软件等问题。组织对3家基础电信企业和152家增值电信业务企业397项业务进行抽查,发现7项增值业务存在问题,涉及业务内容更新不及时、未执行二次确认、业务内容与名称不符等,都已督促整改。

(京华)

越来越多“中国名牌”
成为“非洲名牌”

随着中国家电市场的产能饱和,中国企业纷纷借助国家“一带一路”建设带来的机遇,大力拓展非洲与中东市场,出口额不断增长。与此同时,中国品牌在非洲市场的占有率不断攀升。

在全球化战略中,中国的家电品牌正在加速布局全球新兴市场,不仅要在海外市场快速实现规模化经营,还要谋求自主品牌的国际化。今年5月19日,TCL与埃及最大的家电企业ELARABY签署备忘录,双方宣布将在埃及建立液晶彩电工厂,该生产基地将是中方合资最大的彩电工厂。

毫无疑问,此次TCL与ELARABY合资在埃及建立工业基地,对TCL海外产业布局具有战略性意义。TCL可以实现以埃及为据点打造中东和非洲的TCL品牌业务。

中国家电企业在非洲的开疆扩土,而路径中的一项重点就是并购。2010年,美的取得埃及空调制造商Miraco(主要生产和销售家用空调及柜式空调)32.5%的股份,成为其第二大股东。美的计划提高对Miraco的控股比重,以扩展其在非洲市场的业务和自主品牌的推广,并出口产品到中东及欧洲南部。

目前,海尔已经在众多非洲国家建立了经销商网络,为当地消费者提供了全系列、高性价比的商品,间接改变着非洲消费者的生活方式和生活质量。此外,海尔在非洲的大多数国家建立了完善的售后服务体系,解决了非洲消费者的后顾之忧。基于此,在非洲市场,海尔成为消费者比较熟悉的中国家电品牌。

通过庞大的销售网络和稳固的售后服务,越来越多的“中国名牌”成为“非洲名牌”,在非洲拥有逐渐庞大的销售群。

(据国际商报)

家电与你七夕约惠

电商们从来不会放过任何一个节日!这不,眼下的七夕节,电商纷纷推出各种促销活动,不但价格空前优惠,还有丰富的豪礼相赠,各种优惠券、满减、大礼包数不胜数。

九阳DJ13B-D08EC豆浆机

[参考价格] 399元

点评:这款豆浆机外壳为ABS材质,精美的造型,上乘的做工,颇为时尚,双磨技术的加入让其打出的豆浆更为醇香,营养更健康,还有众多人性化的细节设计。

海尔BCD-458WDS多门冰箱

[参考价]

4499元

点评:这款海尔的多门冰箱,拥有高颜值,沉稳大气的不锈钢外观;干、湿分离分区保鲜,保鲜更持久;还能节能省电、风冷无霜、杀菌除异味等,综合性能出众。

LG 55UF6860-CB液晶电视

[参考价]

4699元

点评:LG的这款液晶电视是一台综合性能出众的实力派产品:美观时尚的外型设计、强悍的硬件配置、震撼的音效体验、有趣易用的操作界面、丰富的多媒体接口以及人性化细节设计等,集众多技术于一身。

浦桑尼克北极熊扫地机器人

[参考价] 1999元

点评:这款浦桑尼克北极熊扫地机器人,它的出现解放出人们的双手,不再忙碌于家务琐事,省下时间去专注更多有意义的事情,畅享美好生活。出色的外观设计,不俗的清洁能力,智能化的手机远程控制,简单便捷,综合实力出众。

制表/王凤龙

家电手机巨头约架
借奥运会较劲

里约奥运会来了,对于这一全球瞩目的体育盛会,各家企业也都铆足了劲想博取更高的关注度,家电企业、手机商家当然不例外。

近日,先是格力一篇名为《格力空调全面进驻里约奥运会 原来小罗和贝利都是格力粉丝》的文章,后是美的中央空调对外晒单,称巴西奥运会共有15个场馆和附属设施需要用到空调,美的中标。

而8月6日奥运会开幕之日,一条“美的中央空调凭什么中标里约赛事场馆项目”的广告刷爆微信圈,更是将本次里约奥运中央空调的话题推向高潮。

手机商家也来凑热闹了。

三星官网在8月4日就宣布,作为里约奥运会的赞助商,该公司将向每一位参赛运动员免费赠送一台Galaxy S7 Edge奥运纪念版手机,共计12500部。

面对三星的财大气粗,苹果则在其应用商店推出了奥运专享应用,面对观众和运动员推出三款应用,方便跟进整场奥运会的赛程。

此外,苹果在开幕式上,没有花一分钱就打了广告。8月7日的里约奥运会入场时,不少运动员都手持iPhone手机拍照,在这个全球观看人数超过十亿的开幕式上,不少运动员不经意的举动就让苹果的LOGO出现在这个电视画面上。

(综合)