

家电渠道巨变：

线上线下渐成一体



线上下单,线下提货;线上比价,线下下单;线下体验,线上购物。随着电商发展的提速,人们的购物观念正在急速转变。而为了适应这种新兴的购物观念,无论是电商还是实体连锁卖场都在转变经营理念,线上线下融合的速度日益加快。业内专家指出,线上线下渐成一体,正成为家电渠道的一种新型业态。

线上火爆 线下热销

“8·15”电商大战、“双十一”促销等为今年深处寒冬的家电市场增添了不少亮色,同时也为销售业绩持续下滑的家电厂商赢得了不错的战绩。

据国美网上商城总经理韩德鹏介绍,“双十一”期间国美的销售额比去年同期增长了7倍。11月9日至12日,国美网上商城的彩电、空调、洗衣机等传统大家电商品的销售额占总销售额的40%以上,销量则是去年同期的3倍。海尔天猫旗舰店的销售额更是史无前例,11月11日那天的销售额接近1亿元。亚都在11月11日当天还创出了5折加湿器单品1小时销售量达1.5万台的惊人业绩。

在刚刚过去的“双十一”,除了线上销售一片喧嚣外,国美等传统零售企业线下门店的人气亦激增,业绩不俗。广州国美总经理韩宝湘透露,“双十一”期间,广州国美销售额比平时增长约4倍,季节性取暖产品成为实体卖场的亮点,3C产品的销售数据也相当抢眼。线上促销并没有对线下销售造成影响。

海信智能电视赢得中国音视频领域三项大奖

11月22日,2012中国音视频产业论坛(AVF)在北京隆重召开,会议对今年以来智能电视及其产业链的快速发展进行了权威分析和总结。海信在智能电视领域的核心技术突破,以及在智能电视推广方面做出的突出贡献,受到了业内专家的一致好评。由此,海信“海安”智能终端操作系统、海信XT880系列智能电视和海信E170BS I'TV个人智能电视分别获得了“2012中国音视频产业技术创新奖”、“产品创新奖”、“应用创新奖”,海信成为中国音视频领域获

线上线下融合成为趋势

无论是“8·15”还是“双十一”,电商促销都对家电连锁卖场造成了巨大冲击。为应对线上冲击,吸引客流,国美线下实体店普遍推行同品同价政策。

在“双十一”的促销策略中,同品同价商品包括大家电、生活家电、3C数码、百货、生活用品等,国美卖场也同样将线上线下同价作为抵抗电商、吸引消费者的重要促销手段。记者在国美多家卖场走访时,都听到卖场内的广播不停地播放“线上线下同价”的宣传,提醒消费者只要发现线上线下不同价,就可以当场向卖场提出,并享受卖场的差价补贴。

国美等家电零售巨头线上线下同价的促销战略以及各自线上渠道的快速发展,推动了家电渠道线上线下融合的速度。

虽然电商凭借其实惠、便捷的优势对传统家电卖场造成了巨大压力,但在线上线下融合发展上,国美等传统家电连锁却有着先天的优势。这些连锁巨头多年苦心经营的实体店,是与单一电商抗衡的重要砝码,并使得其线上渠道在短时间内实现了赶超。仓储、物流及门店的优势,让国美在一线城市可实现网购送货半日达,这种速度也让不少单一电商望尘莫及。

线上渠道的快速发展,也让国美等连锁巨头不得不调整战略,加大线上投入,减缓线下开店速度。据了解,今年上半年,国美线上渠道取得了飞速发展,但线下开店速度却进展缓慢。

不仅在销售策略上实现线上线下同价,加速二者融合,在人才的培养和考核标准上,国美等连锁巨头也开始线上线下融合。

制造商与电商快速对接

“双十一”的辉煌战果,让家电制造商看到了网购的力量,并从观望变为积极参与,线上线下齐头并进,已成为许多家电制造商的发展战略。业内专家表示,这种双线并重的战略,将极大地促进家电渠道双线融合的步伐。

美的集团国内市场部总监王金亮表示,“双十一”期间美的仅厨卫旗舰店销售额就突破1850万元,确实拉动了小家电产品的销量。由此看来,电商已经成为一个重要的销售渠道,尤其是小家电的销售渠道,未来美的集团会密切关注电商发展。长虹多媒体产业公司副总经理苏子欢也认为,与“8·15”价格战相比,“双十一”促销已经不再是炒作,不仅制造

了人群效应,还刺激了冲动性消费。

事实上,消费者对线上销售的推崇早已受到家电制造商的重视,并采取多种措施促进线上销售的落地。今年初,空调企业志高开辟了“乐淘家电网”社区店的销售模式,这种社区店未来将会遍布社区周围,消费者可以通过家中或社区店中的电脑登录“乐淘家电网”,如果希望见到产品样机或是有问题咨询,就可以到社区门店中进行比较,店中的促销员也会为消费者服务和讲解。志高空调有限公司总裁助理汪喜洋将这种模式戏称为“B2C”,因为这样的模式让网络销售落了地。据了解,长虹也正在推出这样的销售模式,这样的销售模式和消费者更好地沟通交流提供了条件。

(王峰)



到了消费者的追捧。消费一用即会,充分体现了“简单易用”的产品理念。在内容应用整合方面,深度定制了CNTV、华数、奇虎360、新浪、京东、银视通、大智慧等内容应用,汇集了2000余款适合智能电视的软件应用;在硬件方面,它采用了双核处理器的硬件配置,实现了3840×2160的UHD超高清显示,将超高清显示技术和智能电视相结合,形成独有优势。在该产品上,海信还首次实现了PLC(电力猫)传输,无需连线网线就可实现网络连接,使用简便,性能稳定。

(李瑞才)

买家电 看《周口晚报》

这里有最新消息发布
这里有厂家最新资讯
这里有商家最新活动
咨询电话:13592220016
18639402659

诚信家电商家 售后服务电话

根据消费者投诉及市场调查,本报将群众反映产品性能好、售后服务优的家电商家售后服务电话列出,以使消费者购买家电时能选择以下诚信商家。

本报欢迎消费者积极参与家电产品的性能评价及家电商家的售后服务监督。

邮箱:zkwbzh@126.com, zkwbjwc@126.com。

国美客服电话: 400-811-3333 美的客服电话: 400-889-9315 400-889-9316

海信客服电话: 400-611-1111 格力客服电话: 400-836-5315

长虹客服电话: 400-811-1666 海尔客服电话: 400-611-1666 400-699-9999

TCL客服电话: 400-812-3456 美菱客服电话: 400-811-1666 400-611-1666

读者心目中 最信任的 国产电视品牌 评选活动启动

又到了消费者购买家电的旺季,经常有消费者给本报打电话,说现在国产电视品牌非常多,像海信、长虹、康佳、TCL、创维等,面对这么多国产电视品牌,不知道应该选哪一个更合适?

为了了解国产电视品牌在市民心目中的地位,从本期开始,本报将开展“读者心目中最信任的国产电视品牌”评选活动,请您喜爱的家电品牌投上一票,本报将不定期地公布结果。

咨询电话:8599346
18639402659
邮箱:zkwbjwc@126.com

读者可以通过打电话、发短信、电子邮箱投稿的方式进行投票,短信请注明“家电品牌投票”字样。通过电子邮箱投稿时,还可以简要说明一下各品牌的优点和缺点。

候选品牌:海信、长虹、康佳、TCL、创维