

每年3~4月厂家都会上调空调价格,家电卖场紧随其后大单抑价是真实的价格上涨,还是心照不宣地制造噱头?

揭开空调涨价的盖头 (下)

回望

空调厂商玩涨价博弈游戏由来已久

即便是不太关心空调价格的消费者,也会有“空调每年都涨价”的模糊印象,而回溯近4年来空调涨价的规律,厂商以价格为砝码的游戏似乎由来已久。

2005年年初,海尔、美的、格力、奥克斯、松下、LG等主流空调企业打出涨价牌,TCL、志高涨幅8%~10%,格力、LG、松下涨幅在10%~12%,海尔涨幅逼近10%。而在不久后的3月,国美与各家企业签订了总额108.1亿元的采购订单,而当时通力永乐也在河南进行了空调大单采购,宣称用囤货的方式打压空调涨价。而当2005年冷冻年结束的时候,空调价格迅速回落了10%,在卖场内甚至有几百元的特价机。

2006年5月,家电卖场称半数以上的空调厂家都已经下发了“涨价通知单”;美的、海尔、海信、长虹等主流品牌的价格上扬10%左右,厂家甚至将涨价通知单公布于媒体。而应对此涨价举措,国美、永乐、苏宁和五星都抛出了自己在全

国以及河南区域的采购大单,涉及十几亿之多。而一个多月之后,卖场又宣布空调价格最高降幅25%,而按照当时卖场专业人士的推算,因为气温不高,当年河南区域卖场囤货超过10万台。

2007年初,美的、格力、奥克斯、志高、松下、三星、LG空调等宣布调价,美的销售价格上涨3%~5%,格力上涨4%~6%,奥克斯上涨2%~3%。而国美则一如既往地抛出了150亿元采购大单,苏宁也签署了全年400万台的定制包销协议,再加上本报和当时的国美河南大区下的永乐以及国美联合推出的“冰伐中原”活动,在6月底,空调在卖场的价格反而降低了20%。

转眼到了2008年,厂家又开始放出涨价的信息,而卖场则承认空调价格实际已经上涨20%,并且继续抛出大单。按照以往的规律,每年的空调市场似乎都会在3~4月出现一次波动,自发而统一地价格上扬,一两个月后在家电卖场的大单压力之下,又回落至涨价基点之下。

厂家与卖场涨价“较量”回放

时间	厂家举措	商家举措	价格走向
2005年年初	TCL、志高涨8%~10%,格力、LG、松下涨10%~12%,海尔涨幅逼近10%	同年3月,国美签订总额108.1亿元订单,通力永乐也在河南进行空调大单采购	2005年冷冻年结束时,空调价格回落10%,在卖场内甚至有几百元的特价机
2006年5月	半数以上空调厂家下发“涨价通知单”,美的、海尔、海信、长虹等主流品牌价格上涨10%左右	国美、永乐、苏宁和五星与此同时都抛出采购大单,达十几亿之多	一个多月后,卖场宣布空调价格最高降幅25%
2007年年初	美的、格力、奥克斯、志高、松下、三星、LG空调等宣布调价,美的上涨3%~5%,格力上涨4%~6%,奥克斯上涨2%~3%	国美又抛出150亿元采购大单,苏宁也签署全年400万台的定制包销协议	6月底,空调的卖场价格降低20%
2008年3月	厂家又放出涨价风……		

观察

一场厂家和商家的促销合谋

“纵观近年的空调销售史,空调涨价已经成为春季卖场与企业的必修课。”有业内人士说。一旦消费者的非理性消费被调动起来,厂家和商家则可坐收渔利。

有媒体记者指出,每年的空调价格战早已被总结出规律。在一两个企业揭竿而起之后,本是探头观望的厂家们一定会习惯性地跟风,于是涨价风席卷。而家电卖场总是会在第一时间蹿起,宣扬自己上百亿元、几百万台的采购囤货计划。

厂家每年涨价的主要理由都是原材料上涨,但是,空调行业利润空间在传统家电行业中相对较大,或可承受一部分涨价压力。格力电器2007年半年报显示,“空气调节器及配件”毛利率为17.57%;美的电器2007年年报显示,该公司“家用空调”营业利润为16.7%。而美的电器董事长秘书李飞德也公开表示,空调企业消化成本压力的方式有很多,而且整个行业的利润率还不算低,暂时能承受一部分压力。

而卖场每年一次的采购大单也十分模糊,噱头十足,看上去好像卖场是维护价格公平的正义使者,和厂家涨价的需求势不两立。而有业内人士透露,实际情况是,经销商从销售公司进货到卖给消费者都是“平进平出”的,其利润主要是赚在“年终返点”以及“淡季补贴”方面。一般来说,从进货到销售,利润在10%左右。但根据提货量的大小,数值会有所变化。如果是淡季推出新的高端机型,那么一台机器的利润会在400元左右。

因此,业内人士指出,随着时间的推移,这出卖场与厂商联合导演、年年登场的大戏将日渐冷场。“不少卖场沉迷于这种价格游戏,反而浪费了更有创意营销举措的资源。”家电专家指出,“最后的结果大家可以思考一下,卖场是在忽悠消费者,还是一不留神把自己给忽悠了?”

奥运 催热外语学习产品

随着北京奥运会的临近,学习外语成为一种潮流,数码厂商也开始瞄准外语学习的市场商机,除了传统的电子词典和外语学习机之外,又有一种创新的外语学习产品出现,这种产品就是爱国者新推出的“妙笔”。3月27日,爱国者在郑州正式发布“妙笔”产品。据爱国者妙笔事业部总经理李为伟介绍,“妙笔”具有触屏发音、点图说话的神奇功能,通过点触特殊印刷书册上的文字图片,可以用多达8种语言朗读出设定的内容。

语言培训 妙笔服务奥运

生在奥运时代,“妙笔”的多语言功能在刚刚研发出来的时候,就被用于奥运志愿者语言培训中。据介绍,由爱国者理想飞扬教育科技有限公司推出的奥运英语培训材料,包括《奥运大典》、《奥林匹克大逆转》等内容。该系统在帮助人们了解奥运知识的同时,还可以同步提高英文能力。

后奥运时代 开拓多样功能

爱国者的目光并不仅仅盯在北京奥运会上。为了适应后奥运时代的市场需求,爱国者为妙笔量身定制了许多拓展功能。李为伟说,爱国者妙笔已经与中信出版社等10多家大型出版社合作推出的“妙笔”版系列畅销书,它变看书为听书。用爱国者妙笔,读者只需对着书轻轻一点,无需用眼睛看书,不需要手翻书,完全解放眼睛和双手。据了解,目前爱国者“妙笔”版畅销书已经全面上市,只要书籍封面带有妙笔的英文标志“Aigopen”,这本书就是可以用“妙笔”来听读的,后续还将有越来越多的“妙笔”听读图书上市。

在李为伟看来,妙笔技术还具有非常广泛的应用前景,如智能城市导游功能,游客可以用“妙笔”点击配套的导游手册,即可以通过自己的母语了解到附近的餐饮、住宿等信息,还可以对当地的景点进行介绍,了解当地历史文明。

永乐生活电器 4月3日-7日 永乐家电08年新黄金周

冰峰行动

2008第五届空调,冰箱抢购节

空调返现 加好礼 直降风暴

1匹挂机 直降200-300元
加送价值98元电水壶

1.5匹挂机 直降300-500元
加送价值198元电饭煲或苏泊尔两件

2匹柜机 直降500-600元
加送价值398元电热水器或飞利浦DVD

3匹柜机 直降600-1000元
加送价值698元迷你音响

套餐加送
冰峰行动永乐空调重装机
买柜机 送挂机
1柜+3挂 送移动DVD
1柜+4挂 送液晶电视

永乐新主张 空调08节能风

省钱才是硬道理,到永乐买节能空调,不到4折呢,真的好实惠!

科龙大1匹 一级能效 市场价3884元
送价值298元洗衣机+节省电费(2.5度/天*150天*10年*0.6元/度)
电费2250元 共节省2548元 最后相当于3.4折

美的大1匹 一级能效 市场价3950元
送价值398元微波炉+节省电费(2度/天*150天*10年*0.6元/度)
电费1800元 共节省2098元 最后相当于5折

格力节能王子 一级能效 市场价3960元
送价值198元电风扇+节省电费(2.5度/天*150天*10年*0.6元/度)
电费2250元 共节省2445元 最后相当于4折

惊爆抢购
名牌1匹挂机 限量 1399元
名牌1.5匹挂机 限量 1899元
长虹2匹豪华柜机 限量 2990元

奥克斯空调 松下空调 志高空调 美的空调

1匹冷暖挂机 1580元 1匹冷暖挂机 1880元 2匹冷暖柜机 7.5折 起售 3950元

冰箱风暴 满100元返100元 加送电饭煲

对开门冰箱加送 DVD/海尔冰吧

节能冰箱加送 立式饮水机/DVD

冰洗套餐 满1000送500元 洗衣机加送苏泊尔锅

滚筒洗衣机加送 DVD/立式饮水机

全自动洗衣机加送 立式饮水机/电饭煲

名牌冷柜

102立升 冷冻冷藏 可转换
特价 999元

海尔洗衣机

5公斤 全自动 加送 苏泊尔锅
特价 1080元

海尔冷柜

195立升 冷冻冷藏 可转换
特价 1490元

美菱冰箱

209立升 一级节能 加送电饭煲
特价 1999元

海尔冰箱

198立升 加送价值 198元电水壶
特价 1999元

西门子冰箱

214立升 超静音设计 永乐专供 返现80元
特价 2790元

西门子洗衣机

5.2公斤 滚筒 银色外观
特价 3390元

三星对开冰箱

510立升 进口压缩机 加送饮水机
特价 5999元

LG冰洗

240立升 节能冰箱 + 7公斤/1200转 滚筒洗衣机
套餐直降380元 加送价值298元安吉尔立式饮水机

三星冰洗

510立升 对开冰箱 + 5.2公斤800转 超薄滚筒洗衣机
套餐直降1290元 加送价值388元飞利浦DVD

咨询电话: 0371-63698877 全国统一服务热线: 400-811-8336

团购热线: 王主智: 13015517158 岳先生: 13383827881