

国美开供应商年会

推行一站式沟通、信息共享、逐步实行月清机制

□晚报记者 祁京/文 吴琳/图

前天,河南国美电器在与400多家河南供应商共话迟到的2006年会之际,抛出一系列新举措:一站式沟通(解决)机制、信息共享、逐步实行月清机制等。在会上,国美宣布,北环店和大上海城店将于今年“五一”之前开业。



国美:三大措施保障合作

河南国美总经理戴彪生表示,2007年,河南国美电器将率先推行“一站式沟通机制”制度,就是在同一时间内,根据供应商的类型,集中采、供、销、财务等相关部门负责人,与客户进行集体办公,积极沟通,涉及哪个部门,就地或尽快解决,这也可以叫做“一站式解决机制”。

除此之外,国美还将推行“月清”制度,也就是给供应商实现每月结账。戴彪生解释说,这对商家与供货商

双方来说,不仅对阶段性销售目标、促销目的、库存等清清楚楚,而且,还增加了双方合作的透明度,增强了双方的信任感、提高工作效率与信息的透明化,同时,在很大程度上降低了双方的市场运作成本和市场风险。

除此之外,国美还将实现信息共享,让厂商直接从国美的数据之中,获得更加有效的信息。

戴彪生宣布,2007年,河南国美电器将重点开发综合实力及人均消费水平较高的二级市场、争取将一级市场的门店数量发展到

1214家,全省范围增加至28家左右,销售额实现并赶超20亿元,在填补空白区域的同时实现连片优势。

厂商:对资源共享更感兴趣

对于国美的年会,厂家更感兴趣的是信息共享部分。长虹郑州负责人耿开华表示,国美提供的一些信息对他们有很大的帮助。而创维河南负责人李强表示:“通过和连锁的沟通,我们获得更多的信息,为今年的合作提供参考。”

此前有媒体报道说,在2007年上半年完成国美和

永乐ERP系统的并轨,并着力开发包括OA、HER、CRN的信息系统建设,建立功能强大的信息管理平台。目前新国美电器集团拥有市场份额12%的信息采集,是供给上游厂家研发产品、制定市场策略不可估量的资源。

“ERP可以提高效率、加快资金周转速度。由于直接连到终端,上午有多少家要送货、是否在运力之外这样的问题都能即时反映。”国美华东一区总经理黄秀虹在接受记者采访时这样说。

对话高端



四川有句古语,叫做“川人留川磨成牛,川人出川惊海内。”在外10多年,泸州人耿开华虽然还没到惊海内的程度,但也在一步步的上升之中。作为长虹郑州区的总经理,他对家电市场有着独特的认识。

耿开华长虹要向管理要市场

耿开华认为,郑州的家市场总体上的容量很大,但是竞争并不规范。“目前,郑州的商家还是以降价为主,没有回到市场层面上来。”耿开华说,“去年平板发展太快,导致这个产业缺陷被放大,很容易被误导。可能这个产业太不成熟了。”

长虹有一项独特的技术,叫做“量子芯”,“屏我们和索尼、东芝、松下一样的,几乎没有区别,区别重点就在芯。”耿开华说,通过一年多的时间研发出来的代表彩电行业标志性的芯,取名叫“量子芯”。这个应用在电视图像处理当中,就去掉了液晶电视里的五个缺点。

对于新的一年,长虹将加大等离子产品的开发力度。耿开华说,等离子目前的销量不大,很多原因是等离子产品线比较小。“因为42英寸是一个分界线,它是大平板,属于高端消费,但是高端消费者比低端消费者多。他可能因为产品更贵就愿意去买,就觉得这个产品好,实际上这是一个误区。等离子现在开发的就是一个42英寸和一个50英寸,还有65英寸,马上要出来一个63英寸,50英寸是将来要出来的,目前是两个尺寸。液晶从25英寸到55英寸之间都有产品,所以相比之下而言等离子产品线更短,这也是一个很重要的原因。”

晚报记者 祁京 张卫

卖场资讯

永乐:家电连锁首入济源

3月28日,河南永乐生活电器宣布,在济源市区信尧购物广场开出一家3000平方米以上的大型电器卖场。宣称永乐进军济源,可以加速济源家电市场的整合进程。

据河南永乐总经理常城透露,济源永乐通过以下几点发挥了“连锁经营”的长处。一是统购分销,永乐的

“底气”来自于全球供应商的强有力的支持。二是物流优势:河南永乐将拥有一个先进的现代化物流仓储中心,全面引进ERP系统。三是售后服务优势:济源永乐开业就将推出永乐独有服务“利器”——“契约发票”,将四大保障服务承诺体现在产品的发票上。朱永杰

相关链接

年会上,国美电器发出了2007年的家电消费趋势报告,这是根据终端市场数据作出的报告。从这里面,我们也能看到郑州市民家电消费的变化。

彩电:等离子退出市场主流
2006年液晶在一级市场的占比达到了60%,二级市场也达到了近50%的占比,等离子占比呈逐步减小的趋势,已退出市场主流。

在液晶电视中,32、42英寸机型销售贡献较大。

冰箱:大冰箱开始受欢迎
2006年,200升以上的冰箱有一定幅度提升,可见,冰箱消费观念从小容量向大容量转化已成为趋势。2007年,240立升以上大冰箱将越来越受到消费者的欢迎。

洗衣机:要买就买全自动
洗衣机以全自动波轮为主,滚筒洗衣机占比呈上

升趋势。从数据看,半自动洗衣机呈逐年下滑趋势。

空调:大功率空调不再吃香
1P空调销售份额较为稳定,1.5P空调在郑州出现小幅下降,但在二级市场有小幅上升。由于现在的住房结构发生变化,2P空调的需求呈上升趋势,但增幅较慢。受到价格及能源因素的影响,大功率空调的占比逐年减小,单冷机逐步退出主流。

手机数码:开始流行高端机

2006年,1500元以上的机型销售开始提升,可见手机消费观念从低端向中高端转化非常明显。而数码相机消费主要集中在2000元~3000元价位,并且呈逐年上升趋势,上升幅度较大,国美预计,2007年数码相机的消费主流仍在2000元~3000元价位段。

2007 家电趋势预测系列报道 之 厨卫家电篇

厨卫家电平均单品价格上升

□晚报记者 冯刘克 张卫

2006年,厨卫家电的价格基本保持平稳的状态,除厨卫家电整体在4月份有小幅的价格上涨之外,受原材料价格影响,微波炉也在2006年出现价格上涨的情况。据一些厨卫家电厂家分析,2007年,这种单品价值上升的势头将会延续。

4月小幅上涨

今年的4月份,厨卫家电的价格可能会出现小幅的上涨。据杭州老板实业集团有限公司河南营销中心

总经理沈国兴介绍,这种价格波动每年4月都会出现,因为五一黄金周即将来临,同时也是家庭装修的旺季,许多厨卫家电品牌会赶在这个时候发布新产品,完成产品的更新换代。新产品的发布和上市将会给价格带来一定的波动。

沈国兴说:“4月份的厨卫家电价格波动会对全年的价格产生很大影响,如果平均单品价格上升,一般不会再回落。”

单品价格上升

单品价格呈现逐年上升

的势头,价格上升的同时,产品的价值也是在上升的,新品中更多创新技术应用进来。沈国兴分析说,随着2007年厨房家电新产品的推出,烟机、灶具等的平均单品价格预计会上升30%左右。

微波炉也将出现平均单品价格上升的趋势。一个厨卫家电品牌河南区负责人认为,多年的价格战已经将微波炉价格降到了极低,在成本居高不下和微波炉升级换代的需求压力下,提升产品品质、加快技术革新成为新的竞争方向,随着技

术的升级,功能和定位上的提升决定了产品价格的相应上扬。

家电套装成趋势

厨卫家电的消费表现出一种品牌成套购买的一体化趋势。沈国兴列举出一组数据,2006年,这一比例变为10:6.5:4,厨卫家电的配套率在上升,预计2007年,这种配套率会达到10:8:5。与此同时,消费者购买同一品牌产品的配套率也在上升。另外,很多厂商实行购买套装送优惠等策略,也是消费者购买套装品牌的原因之一。

国美:评定服务质量有奖

本周郑州各店推出“国美空调,尊贵服务,尊贵享受”特色活动。即活动期间在国美电器各门店购买空调的顾客在服务车队上门服务、安装时可对服务人员填写“国美电器上门服务用户调查表”。填写调查表的顾客和获得表扬的服务车队或个人均可参加抽奖活动,中奖者可获相应赠品。“用户

调查表”统一汇总到客服部,调查表收集齐后按照指定日期(另行通知)在德化店抽奖。

另外还有“定金翻一翻,降价绝对值”活动,顾客3月30日在国美各门店内交纳50元定金,财务出具相应凭证,活动期间顾客购买单件商品2000元以上,可相当于200元使用。毛华

海尔教你健康洗衣“五步走”

近日,海尔洗衣机在全国主要卖场举办了“净一步,享无限,不用洗衣粉洗衣机五步健康总动员”活动,带动了一股“抵抗霉菌”的健康潮。

凭借不用洗衣粉洗衣机的这一独有产品优势,海尔洗衣机很好的抓住这次机遇,并在全国推出了五步健康总动员的情感营销。五步包括:去污、杀菌、自洁净、环境、生活,五个方面层层递进,体现出海尔不用洗衣粉洗衣机独

有的健康、环保优势。海尔不用洗衣粉洗衣机,采用了电解除原理,将水分解成弱碱性离子,加上独有的“双动力”技术,达到高于洗衣粉的洗净效果;同时在洗衣过程中,水又被分解成酸性离子,对衣物上的细菌进行消毒,同时有效地抑制洗衣机内霉菌的生成和衍生;排出去的电解水对环境无污染,可以浇花养鱼,符合环保趋势。真正实现消费者对生活的细致关怀。朝霞