2008年6月20日 星期五 责编 毛华 编辑 李无双 校对 王泓 版式 陈媛媛
郑州晚报

家电连锁征战二七商圈系列报道之三：

针尖对麦芒 钢丝绳上的博弈

从本周开始，在中原连续沉寂3年的苏宁电器终于大开杀戒，借二七广场3C+旗舰店正式开业，在媒体上连篇累牍大做广告，开展狂轰滥炸式的造势，誓将二七商圈的商战变成新拐点，面对苏宁咄咄逼人之势，在中原二七核心商圈盘踞多年的新国美集团的国美、永乐家电连锁巨头毫不示弱，均高调扼制对手的攻击，欲把苏宁挤出二七商圈，至此，一场更大规模的二七家电连锁大战，山雨欲来。

策划：朱江华

执行：晚报记者：吴绍超/文 吴琳/图

打仗亲兄弟

二七商圈一直是家电市场鏖战的前沿阵地，这里有国内家电连锁业头把交椅的国美；有雄踞绿城第一家电连锁品牌的永乐；有世界500强百思买洋血统关系号称中国家电连锁第四品牌的五星电器。而最近有20年家电连锁经营历史，6月21日，早已“虎视眈眈”的苏宁电器又拍马杀到，巨头、大鳄齐聚二七商圈，又一轮的商业大战鸣锣开场了。

二七商圈家电市场这块蛋糕，多年来一直由新国美集团旗下国美和永乐两大品牌所分享，并且相互搏杀。面对苏宁即将到来的开业，国美和永乐不约而同祭起反击利剑，国美在广告中直言：“促销大于五一，价格低于开业”，永乐则宣称：“王中王，谁与争锋”。

就在国美、永乐、苏宁这三家拼杀得刺刀见红的时候，中原另一家家电连锁巨头五星则在为其旗下二七亚细亚店6月21日的开业紧锣密鼓地提速，其定位是“全新购物环境，全新商品体验”。

而大商电器则针对同行不足，打出的是以静制动，以柔克刚的大商特色“太极拳”，避国美、永乐、苏宁、五星的锋芒，在价格方面随行就市，甚至会低于其他连锁。

“如果市场上出现了有廉价的恶意竞争，国美与永乐会第一个站出来维护供应商的利益，会和供应商一道来维护销售市场的秩序。”河南国美电器总经理刘昆直截了当地表示，“对于同行仓促的开业是否会给消费者带来后期的安装、退换货等诸多方面的隐患，我产生质疑；从同行目前的装修进度，能否正常开业及因诸多隐患而导致投诉等一系列的后遗症，我替他们捏了一把汗；因为同行在这个行业的配套设施从未达到过这个水平，但是国美做好了所有的准备，而且也具备这种能力。”

“打得越热闹越好，一年中难得有这两天的机会。从目前的情况看，想不乱，是不可能的事，但必须达到天下大治。”河南永乐生活电器总经理丁宁风趣地告诉记者，面对苏宁加入二七商圈，本周末，永乐与国美联手打响中原家电促销大战，除全场八折以及随行就市外，与同行竞争关键是看谁的刀快，看谁的反应速度快。谁的诚意最足，谁将最终留住消费者。

“二七广场3C+旗舰店只是苏宁普通开业而已，能引起同行如此波动并反应如此激烈，这表明苏宁具有‘王者风范’”。河南苏宁总经理李志刚告诉记者，苏宁二七广场3C+旗舰店开业只是突破河南家电市场的开始，主导市场新格局对于苏宁而言，也只是时间的问题，对于同行的阻击，苏宁持欢迎的态度，这证明苏宁是他们强有力的对手！我们感谢对手的捧场！不过，不管他们反应有多激烈，我们自己专注做好自己的事情。苏宁进驻二七商圈并不惧怕任何人，反倒是有许多商家因为苏宁的进驻而表现出了恐慌，而且也在不择手段地进行阻挠，这场商战只可能有一个胜者，消费者将是最后的赢家。

“经过近两周的预热，大家都铆足了劲，本周一场‘血雨腥风’在所难免”。大商电器河南大区总经理房福京指出，我们大商集团三江并流，百货、电器、超市三种业态之间强强联手互动，无论从商品品类、购物环境、营销模式及价格优势等，都不是其他的单一家电商场所比拟的。因此，在房福京眼里，二七商圈的蛋糕缺了大商就显得没有意义了。

商战让厂家“流血”

本周末，面对家电连锁巨头们二七商圈的促销大战，给家电生产厂家带来前所未有的压力，也使得供应商在资源投放上畏首畏尾。因此，众多供货商呼吁，二七商圈家电连锁巨头无游戏规则的商战开打，最终厂家将成为牺牲品。正所谓“神仙打架，上帝笑呵呵，凡人定遭殃”。当然这场大战中最终受益的是我们的“上帝”——消费者。

连锁巨头首次齐聚二七商圈，蛋糕争夺大战将会导致这一中原商业制高点的竞争更加激烈；而厂家则认为，蛋糕就那么大，你开10个店也是买那么多，开20个店也是卖那么多，不开也照样卖，某家电厂家老总表示，厂家也很无奈，用句俗话说：那就是死猪不怕开水烫！

最好不要出现往年类似于1元的彩电，低于产品成本，就会导致毁灭其自身价值，一家彩电制造厂家老总对记者说，总的来说，对于此次他们的促销活动，我们会得到一些市场和消费者，也同时失去一些利润，但二者之间不成正比。

在即将开战的“二七争夺战”，供应商是真正的受害者！一位不愿透露姓名的老总这样分析道，首先供货商销售额明的是提升了，但换来的并不是利润；其次，如果家电产品被一家连锁强行贴上打折标签后，另几家连锁就会随即跟风，最终倒霉的是厂家埋单！

专家评述

一场厂家话语权被削弱的“战争”

“供应商为了明哲保身，甚至会干脆放弃对卖场的全部资源投放。而这次家电连锁巨头二七商圈大战，对于河南家电行业来说，将要面临整个行业的大洗牌，也从另一个方面折射出很多厂家已经没有自己的话语权。”国务院发展研究中心家电课题组主任施业传教授这样评价。

家电连锁征战二七商圈系列报道之四：

“价格大战” 一触即发

“预交50元可当100元花”……在即将开业的苏宁二七3C+旗舰店打出“预约翻倍”的促销活动。与历次价格战相同的是，同一商圈内的国美高调“应战”，直接打出了“200元等于2000元花”的力度针锋相对，而永乐更是锦上添花“除直降外，再送200元”！明天，一切等到明天，我们一起期待价格凹谷的极限与精彩！

策划：朱江华 执行：晚报记者：吴绍超

“价格”的始作俑者？

苏宁二七广场即将开业，五星亚细亚升级改造，二七商圈暗潮涌动，大战一触即发。6月18日，在河南国美成立7周年答谢会上。河南国美总经理刘昆高调宣布：已向家电生产厂家下家电订单2亿余元，普惠机将以低于市场价5%~30%的价格销售。实际上，河南国美一直是中原家电市场的常胜将军，多年来一直稳居行业霸主地位。他表示此次国美7周年大事促销活动，有望成为中原家电业的又一个经典案例。

同一天，河南五星电器总经理战卉也宣布，从本周六开始，耗资千万升级改造后的五星亚细亚店将举办为期3天的盛大促销活动。目前准备特价资源近千万元，涵盖了影视、空调、冰箱、洗衣机、厨卫、3C数码等所有品类。冰洗部分型号七折售，彩电最高直降10000元，空调部分畅销型号五折让利，厨具各大品牌畅销型号全场八折起，届时，五星将全面拉低市场价格10%~40%。

“这场商战绝对没有技术含量，显得无聊。”河南永乐总经理丁宁一针见血指出，但为了庆祝二七旗舰庆典和面对同行进入，永乐也悄然筹集1000万资源，价格下幅20%以上。同时发挥联合采购、包销、定制的优势，其中绝大部分新品是在其他家电连锁卖场和手机连锁店根本见不到的，而这些产品对消费者无论从哪个角度来说都是非常具有诱惑力的，来确保二七商圈家电卖场龙头地位。

6月21日，苏宁二七广场3C+旗舰店开业准备了1万台超值价平板、2万台超低价空调盛惠临城，河南苏宁总经理李志刚表示，联手各大平板品牌在开业期间将价格拉至极限，最高降幅可达50%，全高清平板电视价格将因此有大幅下调，合资品牌平板电视直降1000~5000元，国产品牌平板电视直降500~3000元！苏宁借助二七广场店的开业将全面拉低传统家电四大品类的价格，以近乎跳水式的降价形式取得市场先机，为郑州市民上演前所未有的优惠盛典！

谁在为价格埋单？

国务院发展研究中心家电课题组主任施业传教授告诉记者，家电卖场活动如果200元等于2000元花全场通用超过极限，一般会亏损，最多平过。那么一个卖场拿出这么大的折扣，利润在哪里？

记者将此疑问抛向了国美和永乐，河南永乐总经理丁宁称，2天下来，永乐送出的优惠券高达1000多万元，而新增加的近2万名会员则是本次活动的最大收获，他表示，本次活动不会亏，因为永乐实施统一采购、统一配送的方式，用定制、包销、买断、大订单等策略，从而保证了永乐家电质优价廉。河南国美总经理刘昆的回答是：此次正赶上我们入驻中原市场七周年华诞，我们把这次七周年华诞庆典活动叫做“国宴盛典”，回馈顾客和提高知名度是我们的责任，厂家积极主动与国美谈判并进行资源的投入，并且充分考虑双方所获得的利润。