

自危机爆发以来，“灾区”像是雪球般越滚越大。且不论长此以往是否会引发全球性的经济危机，2009年下半年的家电市场低迷都已是不争的事实，因此，对于此次的经济低迷，家电市场感应强度上会存在一定的滞后性，倘若经济长期持续低迷，那么家电市场波动将比宏观经济加一个更字，扩张圈套可能引发危机的累加效应。 晚报记者 朱江华

2009年家电连锁店面 遭遇萎缩还是扩张

店面成为发展“拐点”

作为家电连锁巨头，通过店面的规模扩张抢区域连锁企业的份额来实现增长。但是，随着中原家电市场的成熟化，这种蚕食增长模式正在接近极限，中原家电连锁市场已经出现店面过剩的状态，今后新开店扩张的余地缺乏。因此，连锁店欲通过店面扩张实现增长的战略被业界称之为“过时的战略”。那么，“关店”将成为家电连锁2009年关键词，也决定中原家电连锁生死存亡的关键年。

关掉效益不好的门店，同时开旗舰店和优质门店，是家电连锁进一步提高单位产值的必经之路。河南国美总经理刘昆认为，2009年是国美高速发展和丰收的一年，主要精力放在提高自身的销售及营运效率、核心能力、竞争力及管理等工作上。同时，提高门店的经营与服务层次，突出差异化，针对不同的消费群体制定不同的销售模式。

对关店的认知不要看得那么重，对我们来说是一种优化网络结构的需要，关店对企业自身来说更多代表的是一种排毒，河南永乐生活电器总经理丁宁指出，2009年，对于永乐来说，不会再像前几年那么冒进，会更加成熟、谨慎，毕竟，企业终究要回归商业本质：还是要以营利为目的。

苏宁则相对高调。河南苏宁将按照2008~2010年中长期事业发展计划所设定的目标与战略，加速迈向“中国家电连锁市场第一品牌”。河南苏宁电器总经理王军表示，2009年不会关店，而是全面提速再开8~10家店面，通过扩大销售规模和全面提升公司治理水平来提升苏宁在市场的竞争力。对此，苏宁

将根据不同的市场情况制定不同的开店计划，着力开发二三级市场作为重点部署区域。

门店数量是大卖场的本钱，大商电器河南大区总经理房福京预计2009年大商在郑州市区再开门店2~3家，其他地市开门店3~4家，在巩固一级市场的同时加速二级市场的开发。

不会出现寡头局面

2009年中原家电连锁基本形成国美系(国美电器、永乐电器)、苏宁系以及外资百思买系(百思买、五星电器)三国割据的共生状况，但这三大连锁企业系由于店面互相重叠，形成了激烈的竞争状态。因此这三大连锁企业系在激烈的竞争过程中，如何打破同质化竞争的“冬天”？又是如何成功推出了核心竞争力模式而走到“三国归晋”的霸主地位？值得业界深思和关注。

目前相对形成一个“三国”格局，在短时间内要想形成一个多么大的改变，我认为不太现实，必须要有两到三家共存的局面，河南永乐生活电器总经理丁宁表示，从目前情况来看，未来几年会相对平稳，会形成一种长期竞争态势，2008年，大家都取得了骄人的业绩，利润同比大幅攀升，关键就是就看谁先犯错误。

做大怎样才能做得更强大、更长久，是摆在中国许多大型零售企业包括家电连锁企业面前的一个问题。就目前而言，家电连锁市场国美和苏宁“两枝独秀”的寡头竞争格局开始形成。河南苏宁电器总经理王军进一步断言这两年里，至少不会出现新的能抗衡苏宁的竞争对手。

在完成了“大鱼吃小鱼”的整合过程后，

“大鱼吃小鱼”的现象随即出现，中国家电连锁业此刻正进入新的拐点时期——竞争格局初显。河南国美总经理刘昆表示，外资切入将成为国内家电连锁今后最大的挑战。

很难！可以说概率基本为零。中国家电营销委员会副理事长洪仕斌认为，现在一些企业和媒体预测的几年内将由1~2家大企业分割中国家电连锁市场的局面不可能出现。因为中国市场庞大。

未来：仍具市场潜力

有业内人士断言：2009年家电连锁的日子比2008年还难过，家电连锁企业必须做出抉择。因为在金融危机愈演愈烈下，家电连锁也摆脱不了市场不温不火的命运，如果2009年仍无法增强消费信心，那么接下来销售量、利润率将双双下滑，将使家电产业雪上加霜，从而使家电连锁进入危机将不再是“盛世危言”。

虽然对于未来家电市场的预期普遍不看好，但多是结构调整所致。因此，河南苏宁电器总经理王军强调2009年至2010年，中国家电内需市场即使增速放缓，总量仍保持在8000亿以上，可供厂商发展的空间还是很大。

2009年，对企业来说，利润是关键词。不过，河南市场有150亿的份额永乐才占10%。河南永乐生活电器总经理丁宁认为，对于永乐来说，增长空间很大。

谁也不能否认中国的家电业的确还有很大的发展空间，河南国美总经理刘昆认为在一级城市，消费者的家电更新中会产生极大的销量，而且随着生活水平的日益提高，二三级市场的需求量将进一步加大。

海尔卡萨帝冰箱带来新体验

“亲爱的，今天晚上你做饭！嘿嘿……”视频里说话的人是郑州的徐女士，这段视频不是来自摄像机，也不是来自电脑，而是来自海尔卡萨帝意式三门冰箱。据悉海尔卡萨帝系列冰箱是非常值得中国消费者购买的冰箱。因为这款产品进入中国前就已经成为欧洲家庭中最独特的冰箱，事实上，欧式设计的卡萨帝意式三门冰箱进入中国是海尔冰箱坚持“以全球资源满足全球用”的战略下实现的。为了给中国消费者提供美好居住生活解决方案，海尔冰箱将企业运营的每一个环节都深植“汇聚全球”的思想——即，通过整合全球研发资源设计出领先行业的产品，为全球消费者提供凝聚着全球智慧的冰箱，而目的就是为中国消费者提供新鲜别致的生活而诠释企业对用户的爱。 李红卫

每周声音

范志军：不看好“下乡”网上销售模式

对于冰箱、洗衣机、液晶电视这种体积庞大、价格昂贵的家电商品，不太符合网络交易的商品属性，消费者还是普遍习惯于在卖场中“货比三家”地谨慎购买家电，尤其是对网络支付不太懂的农民更是习惯“一手交钱、一手交货”的现场交易模式。苏宁副总裁范志军就“家电下乡”推广工作首次由实体店销售扩充至电子商务渠道”分析道。

安田收司：

松下将改变变频格局

随着中国变频空调市场全面启动，这对于在变频领域领先的松下空调而言，是一次巨大的发展机遇。广州松下至今已累计生产变频空调过700万台，2009年变频空调产品的生产销售目标，将在08年的基础上增长一倍。不断以产品为出发点，以差异化战略布局中国变频市场，谋取发展新契机。广州松下空调器有限公司总经理安田收司表示。 晚报记者 朱江华

新亚手机连锁 XINYA MOBILE CHAINS 连续三届被工商管理总局评为“守合同重信用”企业
网址: www.zgxinya.com 销售热线: 0371-66388888 活动日期: 2009年3月6日-3月8日

9周年 3月6日盛世辉煌 “三八”红旗手

新亚手机广场: 郑州市百货大楼对面 新亚手机城: 金博大东门斜对面金运大厦 新亚手机旗舰店: 二七路正弘大厦对面龙都大酒店

九九归一 九九常有 三六九久 “九”是你

2009年3月6日是新亚9周年庆典，凡购机在3699元整的顾客，可加送自行车一辆。

诺基亚1200 179元	诺基亚6300 966元	摩托罗拉W360 388元	摩托罗拉K1 922元	三星F256 888元	三星I458 1888元	三星B108 199元	诺基亚2630 399元
联想A807 488元	联想A350 818元	大唐H20 288元	康佳D620 788元	怡莱T308 599元	OPPO T5 1680元	摩托罗拉L7 499元	诺基亚5200 599元
诺基亚7070 555元	诺基亚1681C 388元	诺基亚7510A 1399元	海尔V70 588元	三星C288 339元	三星M628 1130元		
送360元话费	送360元话费	送420元话费	送360元话费	送360元话费	送420元话费		

龙都大酒店、金运大厦、郑州百货大楼、新亚手机城、新亚手机旗舰店、新亚手机广场、新亚手机连锁各分店地址及电话列表...