

苏宁电器“又下一城”

苏宁电器入驻永城新发汇购物广场昨日签约

昨日下午,河南苏宁电器企划部部长胡翔向记者透露:昨天上午10~11时在永城市政府一号会议室,河南苏宁电器有限公司总经理王军与河南新发汇商贸有限公司总经理朱新思签署了《苏宁电器进驻永城新发汇购物广场协议》。根据协议,苏宁电器永城新发汇购物广场店定于今年11月开业。永城市四大班子主要领导及全局委负责人见证了这一历史时刻。

河南苏宁电器总经理王军对能够在百忙之中专程出席“苏宁电器入驻永城新发汇购物广场签约仪式”永城政府四大班子领导、各局委领导以及各界来宾的到场表示了衷心的感谢与欢迎,并向各位来宾详细介绍了苏宁电器的“河南史”。

他说,苏宁电器自2005年初正式进驻河南以来,至今已有4年。4年来,苏宁先后进驻洛阳、平顶山、焦作、商丘、漯河、新乡、南阳等城市,开设了21家连锁店,基本实现了苏宁电器在省内各级市场的初步连锁布局,同时也完备了苏宁在华中地区的连锁布局,取得了一定的发展成果。“今天我们又在这里隆重召开苏宁电器入驻永城新发汇购物广场签约仪式,苏宁的入驻必将会改变永城家电市场的新格局”。

王军还就苏宁电器2009年度上半年业绩做了个简短的回顾:8月28日,苏宁电器(002024)公布了2009年半年报。公告显示,2009年1~6月,公司实现营业总收入273.34亿元,比上年同期分别增长5.46%;公司实现营业

利润17.02亿元,归属于上市公司股东的净利润12.65亿元,分别比上年同期增长了12.92%、14.89%。

“上半年公司坚持既定的发展战略,在充分分析和研究宏观经济、家电行业及企业自身发展特点的基础上,不断优化连锁网络布局,进一步加强物流、信息、人力资源等平台的建设,制定并落实一系列强化管理、变革经营的经营策略,品牌影响力、采购与推广能力得以提升,公司继续保持持续稳健的发展。报告显示,2009年上半年,公司在现金流保障、连锁发展模式创新、推进战略合作与营销创新、完善后台平台建设等方面都取得了重要成绩。”

“我们整合社会资源,合作共赢;满足顾客需要,至真至诚。围绕快速顾客响应与高效供应链协同,苏宁电器坚持市场导向、顾客核心,与全球近10000家知名家电供应商建立了紧密的合作关系,为消费者提供十多万种家电商品和涵盖售前、售中、售后一体化的阳光服务,矢志不移,持之以恒,打造中国最优秀的连锁服务品牌!”

河南苏宁电器企划部部长胡翔告诉记者,



永城市委、市政府对苏宁电器进驻永城之事高度重视,统战部部长、副市长陈体秀立即做出指示,统战部副部长李辉、工商联副主席崔靖华、发展广场新发汇副总胡啸一行于9月12日来到河南苏宁有限公司进行了为期两天的调研,其中包括考察了苏宁办公区及两个大卖场。9月14日考察组赶赴苏宁电器南京总部进行实地考察,参观了南京苏宁两家电器卖场和苏宁银河百货公司及南京苏宁菲索特银河大酒店等,考察组进行了翔实的调研后认为,苏宁电器的实力及品牌影响力均不可多得,和苏宁合作,有助于促进永城市商贸环境的提升与发展。

晚报记者 李无双

“进入欧锐得的世界,就是进入一个美学家电的艺术店堂” 欧锐得木质空调在郑“开花”

别具一格的欧锐得木质空调,自今年初入郑州以来,日益受到各方的关注。江苏今天欧锐得电器有限公司董事长韩友法日前告诉记者,以河南郑州为中心的华中营销中心(管辖河南、山东、陕西、山西)工作现已正式启动。

2009年年初,欧锐得在河南郑州设立华中地区首家直营店,一职多能,除了公司的直营业务,它同时兼顾欧锐得华中市场营销中心的职能。

作为欧锐得中西部市场开拓的第一站,韩友法透露,欧锐得将一直以优质的产品、一流的服务树立一个好的品牌形象,使中原地区百姓更多地知晓并使用欧锐得木质空调。

“进入欧锐得的世界,就是进入一个美学家电的艺术店堂。”韩友法介绍,每一台欧锐得木质空调,都融合了木艺大师的精湛技艺,欧锐得木质空调都是经过百余道工序,耗时45天以上的精心雕琢方能成品。

红卫

2008年9月美国金融危机开始在全球蔓延,中国经济增长从当年的10.6%回落到2009年预计的8%左右。中国经济对消费电子市场的负面影响也从2008年第三季度开始显现,2009年无论对中国经济还是中国消费电子市场都是极具挑战性的一年。对比全球经济,中国经济同样因金融危机影响而增长速度放缓,作为金砖四国之一,中国经济增长率依然远远高于全球平均。

2009 中国电子渠道十大预测

趋势1:消费电子零售市场仍将稳定增长

从2009年中国消费电子消费意愿和采购指数发展来看,2009~2010年,消费电子产品更高的消费标准和更高技术的产品将继续吸引全球的消费者。对于中国市场,虽然中国经济同样因金融危机影响而增长速度放缓,作为金砖四国之一,中国经济增长率依然远远高于全球平均。因为与发达国家相比,无论是平板电视还是手机产品,中国的普及率还较低,再加上政府积极应对危机,出台刺激经济、提升需求的政策,“家电下乡”、“以旧换新”向全国推广,同时覆盖产品增加。所以,2009~2010年的中国消费电子产品市场一定会继续保持增长趋势,预计2009年,中国消费电子产品市场占全球市场的比例将达到14.5%。

趋势2:消费电子零售渠道整合进一步加剧

对比发布的“2008中国消费电子零售商30强(TOP30)”和“2009中国消费电子零售商50强(TOP50)”两份榜单,不难发现,2008年还分列第7名、第15名、第28名的大中电器、协亨和冠芝霖,在2009年的榜单上,已经不见了踪影。前者被2009年榜单上的第1名国美电器收购,后者则则是被新晋新锐“北京派普科技集团有限公司”收购。在相继收购“国讯”、“新亚”、“百老汇”、“飞鸿”、“冠芝霖”、“中域时代”、“协亨”等7个品牌之后,派普通讯终于以91亿元营业额、覆盖全国90余个大中城市的640家零售店规模,强势进入“2009中国消费电子零售商50强(TOP50)”第7名。与之相对应的是,在收购、兼并或者以加盟身份,控制了大量三四五级零售店之后,河南日日顺电器有限公司以370亿元的营业额、23300家零售店规模,跃居“2009中国

消费电子零售商50强(TOP50)”第3名位置,成为最大的一匹黑马!

趋势3:零供关系发生变化,零售商与供应商加速转型

受利润压缩及供应商渠道策略调整影响,渠道将再度趋于扁平化。供应商将从对渠道的粗放管理转变为精细管理,它们将更主动地发展最底层渠道,纷纷进驻各地消费电子零售卖场,与各大消费电子零售连锁巨头建立战略合作关系,以加强对区域的渗透和对最终用户的把握,将对渠道的推动力变为对渠道的拉动力。

趋势4:分销商急速涉水零售

从“2009中国消费电子零售商50强(TOP50)”榜单中不难发现,包括派普通讯、美承、百诚、讯宜、恒昌、和雅、天恒驿站、康悦天虹、成都道洋、河北恒信、山东亿维、易天移动数码等企业,无不是以分销商身份发家,在新形势下,纷纷选择了零售业务,才有今天的成就,并在零供关系话语权中,占据了主动地位。

随着越来越多的分销商涉水零售业务,尤其是那些准备放弃分销业务,主做零售业务的渠道商而言,有一个问题需要重视,那就是当公司重心要从分销转向零售时,团队建设、管理制度都是很大的问题。

趋势5:零售店面争夺向3~5级市场蔓延

零售店面的争夺早已经在一、二级城市展开,随着家电下乡的推进,渠道逐渐从城市向城镇地区、农村地区下沉。目前这种趋势,已经蔓延到了3~5级市场。在国务院此次扩大消费的《意见》中,健全农村流通网络,拉动农村消费排在第一的位置。在金融危机下,出口受阻,挖掘农村消费市场无疑将是

一个扩大内需的重要途径。日日顺、百诚等消费电子零售渠道纷纷把开辟农村市场当做新的增长点,通过特许加盟的方式,抢占农村零售市场,做消费电子产业的“农村沃尔玛”。

趋势6:市场份额向旗舰店集中

从近期苏宁电器公布的财报显示,40%的大店完成整体销售60%的规模。受此影响,包括国美、苏宁、五星、重庆商社、武汉工贸、深圳顺电等各大消费电子零售商在内,都在积极推进旗舰店模式,店面设计合理、购物流程优化、商品丰富程度提高,能更好地满足消费者购物需求,从而进一步推动了店面经营质量的提升。而旗舰店的良好示范作用也带动了区域所有店面的影响力和收入提升,甚至出现了大中电器中塔店、顺电华强北店等营业额超2亿的单体店出现。

趋势7:单店利润率成零售渠道考核第一指标

据国家发改委披露信息显示,上半年全国规模以上中小企业非正常倒闭6.7万家。这因为“规模大、店面多、人员多、日常开支大、资金压力大”的连锁效应,大型消费电子零售商的日子也不好过。

但是,除了营业额是考核消费电子零售商经营绩效的重要指标之外,利润率更是这个指标中的重要指标,因此在目前的市场环境下,如何提升单店利润率,就成为各消费电子零售商考核自己的第一指标。

趋势8:有偿延保服务将成零售商用利润来源

国美、苏宁等以“家安保”、“阳光保”甚至于“无忧宝”等大同小异的名字,推向了市场,眼巴巴地吆喝着老百姓来买单。消费电子零售商纷纷试水延保业务,就在

于消费电子零售业的利润已经很低了,售后则还有较大的空间,因此,寻找新的赢利模式已成为消费电子零售商在粗放式增长后的集体需求,有偿延保服务或将成为其未来主要利润来源之一。

趋势9:百货商场成区域消费电子零售渠道主力

从“2009中国消费电子零售商50强(TOP50)”榜单中不难发现,百货商场之所以能有今天,一是它位于当地最繁华的商业中心区,企业创建时间长,已成为当地规模最大的商业批发、零售企业。二是受益于当地消费者对百货商场的认可和到百货店去购买消费电子产品的消费习惯。三是受益于家电下乡的政策推进,以及各大供货商基于渠道扁平化的市场需求,许多在当地较强势的百货商场,积极扩大销售网点区域覆盖,甚至于有些百货商场的零售体系,乡镇网点覆盖率超过90%!

趋势10:E渠道异军突起

据CNNI(中国互联网信息中心)数据,2009年年初,中国的网民高达3亿,占中国人口总数的19%。互联网的快捷、方便,内容的丰富将促使越来越多的人通过互联网获取信息。在此基础上,电子商务也进入了快速发展的轨道上。企业在网上销售产品由于没有经过中间环节,还可以把触角伸向企业可能永远也没有精力去顾及的中国最偏僻的乡镇,省去了很多的渠道推广费用。再加上网络营销的低成本运营,企业可以将其中的利润空间返回一部分给消费者,消费者可以很便宜地获得商品。这也是“2009中国消费电子零售商50强(TOP50)”榜单中,类似于京东商城、北斗手机网等网络零售商能够异军突起的重要原因之一。

李子