

## 国美电器十一很美满

### 国美与厂家联手让利,空调、冰洗、彩电等旺销

在十一黄金周的促销中,河南国美促销重点转移到品类单独促销,各品类都有充裕的促销资源投入进来,并直接体现在价格上,实实在在为消费者让利,如空调,价格降到5年以来的最低点,平板大屏幕彩电更是价格直线下拉,46英寸、47英寸、52英寸液晶电视销售火爆,销售额已占到彩电销售额的80%左右。同时国美还推出买大屏幕彩电送小屏幕彩电的优惠活动,以及超薄、高科技等特点的彩电新品也在十一期间纷纷上架。空调方面,河南国美联袂格力、海尔、美的等空调巨头,并推出以1P、1.5P为主打的空调阵容,由于备货量充足、让利幅度大,同时又是消费者集中选购的机型,如格力、海尔、美的1P冷暖二级能效空调价格在2000元以下的产品很充足,吸引众多消费者的选购。

国美冰洗产品在十一期间各类新品纷纷登场,超薄滚筒洗衣机、时尚小滚筒洗衣机,对开门冰箱,三开门、多开门冰箱等,得到了绿

城市民的青睐,这些高端产品的出现,也在一定程度上提升了消费者的生活品质。据了解,十一期间,河南国美彩电单品值达到6000元,洗衣机单品值达2300元,冰箱单品值达3100元。其中小家电、厨卫等所有品类都有大批惊喜特价机型,制冷小家电、生活家电最低五折起售,豆浆机、压力锅、饮水机、电水壶等品质家电,都巨大地刺激了消费者的购物热情,销量相比去年同期增长近2倍;国美厨卫五折起售,直击绿城家电价格最低线,引发绿城家装消费人群的积极共鸣。记者在国美二七新活馆、曼哈顿店、经三路店、泰隆店等看到,前来购买家电的消费者兴致非常的高,都在盘算着“国美十一低价”为自己的带来的实惠。

### 国美十一低价引发3C销售井喷

十一期间,国美电器推出诱人低价的同时,还采购了大量的新品家电,尤其是3C类新品和国美包销机型资源非常充裕。而3C类新品更是因为年轻人的消费热点,电脑一体机、

娱乐手机、GPS导航仪免费使用等优惠措施,深受消费者欢迎;这次十一黄金周,3C类通过超低的价位满足了更大的市场需求,而且还投入了两倍的促销资源进行让利,由于3C在国美卖场的经营面积得到了扩充,卖场布置也更专业,服务更人性化,因此3C卖场专区永远是人气最旺的,销售也一度呈现井喷。

### 国美十一低价继续进行

据河南国美采购总监介绍,大平板彩电、冰洗、空调、小家电、厨卫等家电商品卖得好,一是因为年轻人结婚、迁入新居,购置家电都会选择一步到位;二是随着家电产品升级换代的加快,很多家庭开始面临淘汰老产品、购置新品的问题,消费者更愿意体验高清晰电视带来的视觉享受;三是国美推出的低价,实实在在让利给消费者,得到消费者认可。河南国美还将继续推出低价促销优惠,以充分满足消费者需求。借此消费势头,国美电器将于本周继续推行低价优惠,让利绿城消费者。 李无双

## 五星电器国庆满堂彩

### 平板彩电套餐占比达80%

在今年十一黄金周期间,平板彩电是大家电中购买率最高的产品。平板彩电诱人的价格以及大力度的促销活动吸引了不少正在装修新房或是想为家电升级的消费者。据统计,黄金周五星电器平板套餐销售占比达到80%,大多数消费者都是购买了一大一小两台彩电。新房装修的消费者习惯购买一台32英寸或者37英寸的液晶电视放在卧室,再搭配一台40英寸以上液晶放在客厅。据统计,五星销售的大尺寸平板集中在40英寸、42英寸、46英寸,小尺寸以32英寸、26英寸居多。

### 单反相机成为市场热点

数码方面,五星采购中心数码部负责人表示:“今年数码销售爆棚,不仅卡片相机好销,单反相机购买率也提升很多,数码产品呈现一个最突出的消费特点:中高端产品走俏。卡片相机中,1000万以上像素,拥有时尚外表的机型成为消费主流,平均件均价在1500元到2000元。单反相机的市场也热起来了,比如尼康D90、佳能500D、1000D成功吸引了二次购买的消费者的

这个十一长假让所有的商家都乐翻了天。据统计,五星电器全省卖场销售全线“飘红”。彩电、空调、手机、数码成为绝对的消费重点。中高端机型受到青睐,购买2件以上家电产品的顾客占80%。



青睐。一般首次购买的消费者喜欢买卡片机,便于携带与使用。但是已经拥有卡片机的消费者拍照要求高了,追求广角、长焦,追求酷感,这些价位在3000元到5000元的单反相机就成了他们的新选择。

笔记本电脑中,单价在4000元左右的机型走俏,其中HP、华硕等品牌卖得最好。而且大多数人都是有目的地来购机的,他们事先已经从网上了解了产品信息,所以无需销售人员做太多推介,简单试机后,他们就会购买,成交速度非常快。

而黄金周最聚人气的莫过于手机专柜。五星电器通讯部负责人介绍,智能商务、音乐、3G手机在全部手机销售中的比重较大。其中诺基亚、MOTO、三星、索尼爱立信受到消费者的普遍追捧。

### 组团购买成趋势,高端占比提升

据五星分析,“十一”消费主要有3个群体:结婚、搬新居和更新换代,其中新婚和搬新家的比重相当大。因此套餐购买占整体销售比重增长明显,一次性购买2件及以上商品的消费者占比提升,套餐平均客价在2万~3万,最贵的套

餐达到15万元。一位准备在年底结婚的准妈妈孔小姐告诉记者:“一次性把液晶电视、冰箱、滚筒洗衣机、空调、油烟机全买了,这样省时省心还省钱,送货、安装也都方便。而且买成套餐家电,不会破坏装修的整体风格。”据了解,有这样想法的消费者不在少数。因此,团购家电也不在是一件稀奇事,五星的家电顾问每天都要接待好几拨团购的顾客,不少小区的居民或是网友自己组团,将大家要购买的家电凑成一份采购清单,然后集体进行购买,争取最大优惠。

另一方面,新婚新居群体是购买高端家电产品最为有力的选手,因此今年高端产品为家电市场带来了销售利好。消费者购买家电产品时越来越理性,以往以价格为追逐的热点,现在转变到了关注产品本身,带来了中高端消费持续火热。所以一线合资品牌46英寸平板,上万元的对开门冰箱或三开门冰箱,4000元左右的滚筒洗衣机,高效变频空调,3000元左右的手机,10万以上的整套家电套餐,已经成为各商家逐鹿之地。国庆节期间价格的相对优惠,和丰富的赠品及大量新产品上市成为消费者前来购物的主要因素。 李无双

## 大商电器佳节乐开怀



经过节前的充分预热,大商电器十一黄金周活动于10月25日完全引爆。众多国内外一线品牌鼎力支持,西门子、索尼、松下、夏普、大金、飞利浦、海尔……等全线放量放价,吸引了大批的顾客。而且今年的中秋节和国庆节紧紧相连,相继而来的两大节日,更是把今年的黄金

周市场掀到了高潮。国人的黄金周消费习惯早已养成,而10月份又是结婚、家装的高峰期,记者走访了大商电器的几个商场,各店面均是火爆异常。记者了解到,大商电器各店销售再破纪录,同比去年“十一”平均增长超过60%,婚庆、家装套餐占整体销售比重增长明显,套餐平

均客价也增长了1000多元。

以下几点足以表明大商电器的火爆程度:总客流量是平时的六七倍,各个门店几乎都达到了“摩肩接踵”的程度,成交率也很高,平均几分钟就售出1件家电商品,每个门店的收银台都排起了长长的队伍。“十一黄金周可抵平常一个月的销量!”昨天,大商电器营销部部长李新亮这样告诉记者。

随着居民居室面积增大,双开门冰箱、滚筒洗衣机、烟灶等这些耐用白电消费品销量也直线上升,销量较去年同期提升了60%,冰洗类销量较去年同期提升了160%,单品价值也比去年同期提高30%左右。此外,记者在大商电器卖场看到,空调虽到淡季,但仍然销售火爆,看来消费者都想赶上这趟空调降价的“末班车”,在黄金周期间,约占整体销量10%左右。除了白电空调类产品外,小家电可谓是“人小志气大”,其销量超过了万余件,成为节日家电市场的又一个亮点。记者从大商电器卖场了解到,实用、美观的厨卫产品已成为消费者的抢手货。一位选购了一台迷你电饭煲的消费者称,小家电产品既时尚又管用,非常方便。记者在促销现场发现,为了迎合

消费者的需求,许多小家电产品都采取了促销措施,电饭煲最低价69元、电磁炉也促销热卖99元,而有的品牌更是大打超级礼包之战。从整体份额上看,彩电、白电、手机等仍然是“黄金周”销售的主体,三者共占据整体销售额的80%,其中,整体销售额都较去年同期增长60%以上,这在往年的销售纪录中是罕见的。

据大商电器方面介绍,双节期间合资彩电和国产彩电的表现都很“闪亮”。国产的海信、创维、TCL展厅(专柜)人满为患,据海信促销员介绍,10月1日一款主推的40英寸平板售价仅4000余元,当天就差点脱销,紧急从其他地区调货才满足了消费者的需要。而合资也有两个品牌由于降价幅度高,人气最旺。

10月的头8天上演了家电卖场准备了一个多月的美味家电大餐,“营养均衡”的上万款家电商品配上超低的价格调料,消费者也都或多或少享受了这场“美味佳肴”。而在节日过后,大商电器金博大店及国贸店重装开业会如期启动将使渐渐转凉的深秋再次火爆升温,节前好戏连台,节后好礼不断,在这个收获的季节里,商家和“上帝”都将赚得盆满钵溢。 李无双