

新闻背景

渠道为王,家电品牌显然已意识到健全渠道网络优势所在,在最近,家电企业纷纷宣布了自建零售渠道的计划,其中有些企业着眼于全国市场,有些企业着眼于三四级市场。

自建渠道 家电企业多数欲夭折?



主持人:朱江华



帕勒咨询公司资深董事 罗清启



家电 hea.cn 网主编 李韬



腾讯家电网主编 马伟强

主持人:近一段时间,家电企业纷纷宣布了自建零售渠道的计划,其中有些企业着眼于全国市场,有些企业着眼于三四级市场。各位认为家电企业纷纷自建零售渠道的原因有哪些?

罗清启:还是缺渠道。其实现在的问题就是家电企业管理需求的能力比较弱,就是你对整个供应链的驾控能力比较弱。比如现在我发出去的货,在一个庞大的自建渠道系统里面,如果它周转速度很慢,如果它不能有效消费需求的反馈,我认为你卖出去也是很难的。因此,单纯去建店,我认为这是舍本逐末的一个行为。

李韬:首先人民币对美元汇率自年初以来已经升值接近3%,出口业务利润几乎完全被蚕

主持人:渠道为王,家电品牌显然已意识到健全渠道网络优势所在这一点,那么,家电企业自建零售渠道,相对于连锁的企业,二者相比较,哪一个比较有优势,连锁零售企业是否会受到来自制造企业自建渠道的威胁。

马伟强:本质上,自建终端的终极诱因只有一个,就是利润分配体系的失衡,不管是控制市场还是宣传品牌或变革试验,企业和连锁企业的目的只有一个,那就是赚取利润。但企业自建渠道既要顾及连锁企业的现有利益,又不能丧失自身的市场掌控能力,循序渐进,才能赢得竞争力。

李韬:城市化进程的发展必然需要大连锁式的商业机构去向目标人群实行倾销模式,对于品牌强势,规模庞大的家电企业来说,无疑

主持人:众所周知,家电企业目前在自建渠道上,投入大量人才、技术、物流、仓储管理等资金,尽管目前家电企业在自建零售渠道举动之路还需要观察,各位觉得未来对整个家电渠道或者格局来说会有怎样的改变?

李韬:消费者对终端选择的好恶将决定最终自建零售渠道的形式。譬如当前基于PC机的互联网交易成为热点,网店概念也在此时兴起,一旦手持式互联设备与信用卡绑定后,可能这种在线支付会更为易于接受。仅从此例来看,渠道重心还是在于配送物流仓储等核心业务,门店形式却可以千差万别。

罗清启:不会改变整个家电渠道或者格

自建渠道 有利也有弊

食,国内市场渠道的重要性再次体现;其次,受利益最大化观念的驱使,生产型企业正在极力摆脱连锁渠道的分心心理阴影,在二级市场抵抗垄断,在三四级市场多元生存皆为原生的利益博弈。

马伟强:做出自建渠道这样的决定,家电企业也是出于无奈。开设专卖店关键一点就是渠道自主,降低对家电连锁的依赖,利润得以合理重新分配。为了打开更多的销售通路,但自建渠道的专卖店模式也并不适合每个企业,其面临是否具备相当的资金实力,产品线齐全与否,品牌知名度的高低等一系列问题。

自建渠道,不是冲突而是互补

在城镇市场连锁零售企业已经占据主流态势并不可动摇。相反在区域市场中,企业差异化的特定产品针对受众群可以产生足够的利润,这是激发企业自创渠道的动力。事实上,渠道建设不但包括了门店系统,还需要配送物流、存储安装,售后维修等一系列系统建设。建议制造商在一级市场外参考DELL式的直销代理模式。

罗清启:目前都没有优势。不要去太单纯地把任何一种流通形态作为一个单向度的销售平台去对待。现在这个时代不缺销售平台。缺的是对消费需求的准确感知,感知需求变化,并且迅速反应去满足这种需求,这是企业的力量。

自建渠道 成败在创新

局。为什么?你发现如果不建店的话,流通成本很高,建了店以后,流通成本更高。因而也不能从大连锁退出来,你建的店更不会降低流通成本,因此,最本质的问题不是渠道,而是产品本身,即去准确感知需求,准确呼应需求,准确满足需求。

马伟强:正所谓“成也渠道,败也渠道”,渠道已是各大厂商之间竞争的焦点,在厂商与卖场之间的博弈之中也占据着举足轻重的地位。厂商应该从自身、市场、同行及其他相关的行业等方面进行充分调查与分析,将渠道的创建与选择作为一个企业的战略问题来审视。

朱言 辣语

事件:TCL入选国家创新企业

日前,工信部及财政部联合下发了《关于公布2011年国家技术创新示范企业名单的通知》,TCL集团等一批企业入选首批国家技术创新示范企业名单。

点评:此次对包括TCL在内的一批国家级创新示范企业的认定,是对这些公司在各自不同的技术领域创新成果的充分肯定;同时有利于获得认定资格的公司未来在人才、资金、科技成果等方面的聚集,对鼓励和提高中国企业的创造力具有积极的推动作用。

事件:ST厦华定向增发被否

8月1日,ST厦华披露的股东大会决议公告显示,公司向大股东定向增发募资3.97亿元补充流动资金的预案未获股东大会通过。

点评:这意味着其寄望股东“输血”救急的希望落空。在彩电市场竞争异常激烈的背景下,在国内被边缘化的ST厦华,只能依赖海外ODM市场生存的大股东一味向公司提供资金支持,只能起到扬汤止沸的效果,只有对自身产业结构进行重大调整才能使公司生产经营步入良性循环。

每周声音

中国成为家电强国 取决于创新能力

实际上,今年家电业增长没预期的乐观,面临的困难很多,大家都感到来自成本和市场的压力。中国家电业要成为强国,取决于我们的创新能力,不是模仿能力。
——中国家电协会理事长姜凤

海尔并购三洋 加速回归“国际化”

此次海尔并购三洋,是中国家电业国际化战略回归市场竞争的本位,从最初的产品出国,到品牌出国,最终是销售出国,构建了“产品+品牌+营销”多轮驱动体系,沿着“品牌化扩张路线”,遵循“先易后难、先品牌后市场”的路线,进一步夯实中国家电业的国际化扩张,更是奏响了中国家电业海外发展的新一轮扩张的号角。
——中国家电营销委员会副会长洪仕斌

五年再造一个新长虹

通过起跑、加速、冲刺三个阶段的发展,到2013年,长虹将实现销售收入破1000亿元,净资产倍增至400亿元;到2015年,长虹将实现销售收入达到1500亿元,实现再造一个长虹!
——长虹集团副董事长刘体斌

挫折难挡前行

我们在智能化的“前夜”交了不少“学费”,在这条充满未知的荆棘之路上,海信受过许多挫折,但从今天开始,海信将迈向充满想象的智能化时代,并以一个全新的形象出现在大家面前。
——海信集团董事长周厚健

对家电业不保护就是最好的保护

10多年前,入世谈判面临非常多的困难和复杂的局面,各行各业都需要国家像母亲一样去保护,但是不能所有行业都保护,当时就觉得,家电业是一个很皮实的孩子,经打,就采取了基本不保护的谈判方针。结果我们的家电业在入世10年后,发展很快,成长为一个很争气的孩子。
——G20集团研究中心秘书长龙永图

存隐患 华帝燃气灶上质量“黑榜”

8月3日,广东省工商局通报的该省流通领域家用燃气灶质量检测情况显示,其中,标称为深圳市华帝卫厨电器有限公司生产的一款型号为JZ20Y2-988的家用燃气灶,因为一般结构、使用燃气种类、包装、说明书等原因而上质量“黑榜”。
晚报记者 朱江华

3日,广东省工商局通报全省流通领域家用燃气灶质量监测情况。本次共抽查家用燃气灶生产企业的50款商品,监测结果16个样品合格,34款商品不合格,不合格率达到了68%。其中,标称为深圳市华帝卫厨电器有限公司生产的一款型号为JZ20Y2-988的家用燃气灶,因为一般结构、使用燃气种类、包装、说明书等原因而上质量“黑榜”。

广东省工商局家用燃气灶质量监测抽查显示,家用燃气灶具合格率不高,部分项目(一般结构中的熄火保护装置)不合格情况严重,且不合格项目较多。分析原因,主要是企业质量意识淡薄,没有严格按照标准生产造

成的,不存在技术上的难题。不合格项目主要如下:气密性、热负荷偏差(包含主火实测折算热负荷)、烟气中一氧化碳含量、热效率、进气管尺寸、一般结构、包装、说明书(使用燃气种类)等。

据悉,此次省工商局委托国家燃气用具产品质量监督检验中心(佛山)对广东省流通领域家用燃气灶进行了质量监测。本次监测以GB16410-2007《家用燃气灶具》作为抽样检验和判定依据,对气密性、热负荷偏差、干烟气中CO含量、热效率等22项国家强制标准进行检测。本次抽查的家用燃气灶具合格率不高,部分项目(一般结构中的熄火保护装置)不合格情

况严重,且不合格项目较多。

记者了解到,家用燃气灶具新标准GB16410-2007与旧标准GB16410-1996最大区别是新标准要求家用燃气灶的每个燃烧器都必须加装熄火保护装置。家用燃气灶在使用遇到火焰意外熄灭时,起到防止漏气的作用。本次抽查共有29款商品熄火保护装置,不合格率接近60%,情况十分严重。

记者提醒广大消费者,购买时要仔细核对包装箱、铭牌和说明书等附件是否齐全,并检查其表面质量,加工工艺及配合等情况;家用燃气灶具在正常使用条件下的使用寿命一般为8年,到期后应及时更换。