



总第140期

## 新闻背景

随着家电行业竞争的白热化,如何寻找新的利润增长点是目前不少企业关注的问题,这两年创维、海信等家电企业先后自建直营店,今年1月13日,海尔首家精品电器直营店在郑州正式开张营业,值得关注的是,该海尔直营店是由海尔集团派驻管理团队参与经营和管理的。那么,随着企业直营店的增多,未来该营销模式将会给企业的发展带来什么影响呢?

## 直营店 家电转变渠道模式?



■主持人:朱江华



海尔电器郑州中心总经理 鞠衍亮



郑州新兴商贸公司总 经理 许新革



中国国家电网主编 左 延鹤

主持人:1月13日,具有购物环境更优、服务更规范、注重客户体验、物流配送更及时等多重优势的海尔首家精品电器直营店在郑州正式开张,值得业界关注的是,这家海尔直营店是由海尔集团派驻管理团队参与经营和管理的,那么,企业直营店,会不会是突破传统渠道束缚的一大招数呢?

鞠衍亮:与其他企业直营店不同,这个直营店不仅是精品电器专卖店,更是海尔生活方式

主持人:渠道成本低、利润空间不错的直营店,正被各方视作家电销售获利的“蓝海”。除海尔外,创维、海信等家电企业先后自建直营店,目的可能是为了分羹中间环节“溢出”的利润。各位有何看法?

鞠衍亮:熟悉海尔的人都知道,在中国的高端白电市场中,海尔是最成功的引领者,并在全球市场的销量一直遥遥领先,几乎是高端白电的代名词。同时占据白电近五成的市场份额,证实了其强势的存在。因此,海尔直营店是为了延伸自己的品牌战略而已。

主持人:直销店营销模式的实现,最难的是“最后一公里”。面对城市终端,企业不仅讲究是一个产品的性价比和产品的服务,而且能够把更多的服务做到更细致的地方去。各位有何观点?

鞠衍亮:海尔首家精品电器直营店开业到现在,人流一直很多,用户非常喜欢直营店提供的服务,但我们直营店价格不是最有优势,在哪里购买并不重要,只要是海尔的产品,直营店都会提供服务。同时海尔直营店将提供预约服务,减少购买的顾虑。同样,通过网上预约,顾客可以享受一对一的私人顾问式的购

## 直营店 掀渠道革新浪潮?

的体验馆和海尔家电的一个窗口,消费者在这里可以感受到跟全球同步的高品质生活体验。

许新革:首家精品电器直营店以高端定位优势和精细化的管理方针,将会引导河南百姓全新的消费理念,给河南百姓带来高品质的家电生活,提升中原家电行业整体发展水平。

左延鹤:海尔此举醉翁之意不在酒。表面上它是在做直营的尝试,但很可能是探索在苏宁、国美两大家电零售连锁巨头夹击下新的发展之路。

## 18%利润 吸引巨头纷纷加入

许新革:除了产品价格竞争激烈的因素,今年家电企业的利润越来越薄,生产企业远没有做终端赚钱,销售环节的利润是吸引家电巨头在终端扩张的主要原因。此外,各大巨头对于一级市场的发力,产品升级、品牌竞争更为激烈也是原因之一。

左延鹤:无论是合作开设专卖店,还是厂家自建直营店,不可否认的是厂家在以此扩大市场份额的同时,也试图从传统家电大连锁中夺回一定的话语权。毕竟减去中间环节如进场费等,让企业看到直营店有18%左右的利润。

## 直营店 主打服务而非价格

物服务。

许新革:消费者青睐直营店,一方面源于企业产品本身。另一方面则源于产品所带来的价值享受。包括服务、品牌价值享受等方面。但直营店最大的特色,不是价格低,而是让消费者体验其文化及其最新产品。

左延鹤:直营店销售,由产品单一销售逐渐转为产品营销服务。一是让广大消费者可以放心买到正品。除了利于售后服务的规范,对售前售中服务帮助很大;二是将产品与市场紧密结合起来,形成一套有效的市场反应机制,并以此扩大产品的附加值部分。



每周声音



## 海外市场增长不低于12%

全球经济不再好,对销售确实有一定的影响,但是去年在这种情况下,我们在海外市场能够增长12%,我觉得也是挺不错的。

——TCL 董事长 李东生

## 家电业增速回归常态

家电领域的诸项拉动内需政策逐步退出后,2012年中国家电业将继续回归常态,出口增幅也将有所回落。然而,企业发展不会停滞,产业转型升级的脚步更不会退缩。

——中国家电协会秘书长徐东升

## 力诺瑞特® LINUO PARADIGMA SOLAR ENERGY

## 力诺瑞特回访百万用户

近日,力诺瑞特组织开展的“金色十年阳光无界”第九届百万用户大回访活动圆满结束。此次回访活动力诺瑞特联合全国数万家经销商同步开展,针对不同安装年限的太阳能进行有针对性的上门或电话回访,保证了广大消费者在严冬用上“阳光热水”,受到了广大用户的高度赞赏,让近百万家庭从中获利。

自去年11月活动开展以来,力诺瑞特广大经销商紧跟公司脚步,各地活动内容灵活多样,多数经销商采取电话与上门回访相结合的方式,对老用户进行回访维护保养,有的经销商则服务进小区,展开地毯式维护,同时以近20000个太阳能救助中心为依托,为“孤

儿”品牌免费进行体检、维修等“认养”服务,让近百万家庭从中获利。

此外,力诺瑞特客户服务中心结合往年的回访经验,根据全国各区域特点制定了详细方案,以“力诺瑞特12345服务规范”为核心,融入《太阳能热水器产品维保升级指导BOM》与《普通产品维保指导BOM》,精致的“温馨提示贴”更是从细节方面为新老用户带来了方便。同时,结合工程客户的特点,力诺瑞特今年专门制定了工程客户回访方案,及时解决太阳能与建筑一体化工程集中出现的问题,为后期工程服务尤其是《工程产品生命周期维保规划》项目的开展积累了宝贵的经验。

朱江华

辣语

## 事件:苏泊尔又陷质量门

近日,陕西省质量技术监督局发布了2011年第四季度抽查结果显示。苏泊尔有一款电磁炉热效率不合格,两款电饭煲能效限定值不合格。

点评:家电行业的确或多或少存在着技术参数虚标的情况,因为像能效标志制度采取的都是生产企业和进口商“自我声明”的做法。只有严格监管,企业才会摒弃侥幸心理。

## 事件:海信首发智能激光电视

1月10日,海信电器在美国2012CES展(国际消费电子展)上又发布全球首台智能激光电视。

点评:这款全球首发的激光电视开发思路突破了平板电视对传统屏幕大小的限制,在很小的室内空间就可以实现短距投放最高80英寸甚至更大高清影像;同时作为智能电视可无线接入互联网,以便上传、下载视频内容并实现在线观看电视直播节目。