

SUNING 苏宁电器

科技苏宁 智慧服务

本版活动仅限郑州市区苏宁各店、

活动时间: 9.28-10.8

全程价保

详情见店堂海报

2012年中秋国庆双节促销钜惠

国庆底价 看苏宁

手续费

利息

首付

中国工商银行

中国建设银行

中国农业银行

中国银行

招商银行

中信银行

交通银行

广发银行

即日起至10月8日,凭以上银行信用卡,到苏宁电器各门店购物单件单笔满1500元即可享受6期或12期分期付款0首付,0利息,0手续费

双节庆典 超级返券

9.28-10.8,到苏宁电器各门店购彩电、冰箱、洗衣机、烟灶具热水器、净水设备、生活电器单件满

满700元返100元券

满1600元返200元券

满3400元返400元券

满5000元返600元券

双节庆典 超级买赠

9.28-10.8,到苏宁电器各门店购彩电、冰箱、洗衣机、烟灶具热水器、净水设备、生活电器

单件满880元送挂烫机或电磁炉一台

累计满4880元送26英寸液晶电视一台

累计满10800元送32英寸液晶电视一台

32英寸节能LED液晶

限50台 一款

988元

补贴价

170升以上两门冰箱

限50台 一款

998元

补贴价

1.8L不锈钢电水壶

放量200台 一款

69元

4L电饭煲

放量200台 一款

89元

TCL手机T268

放量100台 一款

99元

4英寸双核联想A789

限50台 一款

999元

微波炉

限50台 一款

279元

立式饮水机

放量100台 一款

169元

松下数码相机

放量100台 一款

498元

5公斤全自动洗衣机

限50台 一款

698元

中式烟灶套餐

放量200台 一款

899元

10升恒温燃气热水器

放量500台 一款

998元

大1P冷暖挂机

放量500台 一款

1699元

1.5P冷暖空调挂机

放量500台 一款

1998元

39英寸LED液晶电视

放量300台 一款

1888元

补贴价

50英寸3D液晶电视

放量100台 一款

2999元

补贴价

联想笔记本G485

限20台 一款

2499元

NEW IPAD 16G wifi

送价值299元皮套+贴膜 一款

3688元

招商银行12期分期产品,顾客需承担3.6%的手续费

特价机9月29日开售 数量有限 先到先得

返券不与其他活动同时参加,图片以实物为准;累计买赠限非同一品类单件满1000商品;特价机及明示机型不参加促销活动

22年专注用户需求

全球家电品牌汇聚

365天超值特惠

360°服务保障

海量礼品馈赠

关注苏宁微博

@郑州苏宁电器

苏宁易购

www.suning.com

集团采购

4008 516 516

全国服务热线

4008 365 365



硝烟弥漫 促销动辄让利十亿 争双节市场 卖场亮出“杀手锏”

【特点】大量新品双节亮相

今年家电市场不同于往年,由于经济整体不景气,导致传统家电市场上半年“成绩单”不甚理想。走访时发现,厂商都寄希望于即将到来的中秋和国庆双节市场,准备投入更多的促销资源拉动销售,这也使得双节促销备受市民期待。

走访时了解到,双节促销一大特色是,将会有大量的电器新品上市促销,不仅彩电、冰箱、空调等大家电新品悉数上柜,挂烫机、电吹风等小家电也大多上了新品。

“9、10月份是传统的婚庆和乔迁新居

的高峰,原本也是家电消费的旺季,加上今年中秋、国庆双节相连,使得今年的节日促销力度高于以往,整个促销周期将长达半个月。”河南五星总经理陶永分析说。

“在三四级市场,苏宁也将针对人群特点启动‘100城72小时集采风暴’,即投入上亿资源采购电器相关赠品,在价格直降基础上,以赠送礼品形式加大回馈力度。”钱成建介绍说。而国美则拉来了300多家银行当“帮手”。张峰表示,本次国美也通过与银联深度合作,进一步加大大促销力度。

【法宝】价格战赢得市场法宝

“消费者在十一期间购买产品就是因为价格。”张峰说。为抢占市场,日前各大家电企业都提前启动了十一促销战,不少连锁卖场还挂出“购家电何必等到十一”的条幅。

在走访中发现,各家电卖场都提前启动了节前促销,家电企业参与热情高涨,尤其是彩电企业。长虹、康佳、TCL纷纷展开内购会,长虹的一款32英寸液晶电视的价格低至1499元,TCL的一款55英寸电视也只有6000元。而不少非主流品牌,例如统帅的彩电,节能补

贴后的价格竟只有999元。除此之外,一些白电品牌也放出很低的价格,千元以下冰箱比比皆是,不少产品比平常销售低出200~300元。市民张莉说:“这段时间投放的多是库存产品,型号肯定不全,十一期间产品会更丰富,更多新品才会上市,所以也不急于购买。”

“提前促销是为了增加盈利时间。”家电分析师梁振鹏强调说,目前价格战仍是商家克敌制胜的法宝,但价格受成本限制,所以,消费者更应该关注产品品质和售后服务的好坏。

【趋势】“节能”取代“杀价”

今年,对家电厂商而言,全球经济环境变差,国内内销动力也在减弱,企业竞争力也有不同程度下降。在这种背景下,家电企业已经不像往年那样动不动就“杀价”,消费者理性消费,厂商的促销行为也趋于理性。

家电专家罗清启认为,今年黄金周家电市场的商战其中一个主旋律就是节能。在采访中了解到,黄金周期间节能机型的促销让利力度将远大于非补贴机型。节能家电中空调和平板电视占比较高,也是家电节能补贴中占据大部分型号

的两个产品线。以空调、彩电为例,目前,空调70%的型号是节能产品,随着节能机型的不断上市,目前节能机型的家电销量近期呈现增长趋势,目前节能空调销售占比已高达50%,二级能效产品成为销售主流。彩电方面,95%的产品都是节能产品,节能彩电销售更是高达80%。

由于节能产品在企业产品结构中定位于高端,补贴政策的出台在一定程度上拉低这些产品的价格,而中秋国庆消费群体多为新婚新居人群,更倾向于选购高品质的产品。