

每年十一黄金周都是电器销售的黄金档,今年也不例外,与往年不同的是,今年十一黄金周期间,高端家电消费旺盛了许多。此前,尽管高端家电性能优越,但动辄上万甚至数十万的价格,也曾让大多消费者望而却步,可今年,大部分高端产品的价格已经开始出现较大幅度松动,同时,网上网下比拼折扣也是十一假日新亮点。 郑州晚报记者 樊无敌

中高端家电成2013年国庆假日消费主力 节后再放“价” 家电卖场延续黄金周力度



黄金周期间,高端家电消费旺盛了许多

售后维修 网购家电投诉超传统购物

北京市工商局昨日公布十一黄金周消费市场情况,市民对家电的投诉占近四成,网购投诉超过传统购物形式。

北京市工商局介绍,长假期间,北京市12315、96315两条热线共处理公众来电6991件,其中投诉644件,家用电器仍是消费热点。而644件消费者投诉中,“网络购物投诉超过传统购物形式”。在郑州,数据显示:今年国庆节日期间投诉网络、电视销售等非现场购物的问题占到了投诉量总量的80%。主要涉及不按时间要求及时送货及节日促销质量缩水等问题。

“网购投诉超过传统购物形式,家电类投诉依然在长假期间投诉的比重依然较大。”郑州市工商管一位负责人认为,这一问题主要涉及了三点问题,第一是消费者购买商品后,销售商不能按时送货,造成消费者不能及时使用;第二是消费者家用电器出现性能故障后,维修人员不能及时维修,影响消费者正常使用;第三是消费者购买商品后,配送流程中出现张冠李戴的现象,错送的家电滞留家中无法使用,由于售后部门的处理不力,造成消费者无法正常生活起居。

消费潮流 中高端机型成十一市民选购主流

今年黄金周,市内各大家电卖场都呈现出井喷状态,苏宁销售业绩同比翻番,其中两三万元级的套餐消费占到60%左右,5万~8万元的套餐消费占了20%~30%,就连12万元以上的精品套餐的购买者也络绎不绝。永乐、国美的销量也不俗,线上线下总销售额近5亿元,增幅超过20%。

“中高端的智能电视受到消费者的热捧。”河南永乐总经理王巍说,中高端产品成为了今年十一黄金周的

消费主流。

智能电视呈现出富媒体、强交互、超清晰、高效能和并终端的五大发展特点,相比以往被动接受推送内容,消费者更愿意购买具有主动选择型、互动交流型的智能电视产品,所以智能彩电的销售额占到总销售额的45%左右;传统家电的购买趋势也有所改变,例如,多门无霜冰箱、变频洗衣机等高端产品销量颇高,同比增长了60%左右;虽然天气并不是很热,但空调的销量仍然

增长了20%左右。

“今年国庆,苏宁引进了数十款高端新品,无论是在苏宁易购的页面上还是门店位置的摆放上,这些新品成为了苏宁重点主推的新品,而且大多价格低于其他同类型渠道。”河南苏宁总经理钱承建以4K彩电举例说,某合资品牌国庆的价格是7999元,对比去年刚上市的价格,几乎跌落了一半。而冰箱、洗衣机、空调等传统家电产品高端机型成交均价也比去

年下降了15%到20%不等。

随着天气转凉,新居装修释放了一定的家电产品需求,彩电、洗衣机、热水器等大家电成为国庆市场销售的主力,其中彩电销售同比增长超50%,洗衣机销售同比增长200%。河南国美采购总监张昭分析说:“今年国庆,以彩电为首的大家电和数码产品、手机等3C类家电的销售在市场累积的消费潜力下集中爆发,中高端机型成选购主流。”

优惠继续 家电卖场“放价”到本周末

十一黄金周过后,不少市民回归工作,相反受到小长假过后“错峰消费”等因素的拉动,显得人气十足。从苏宁看到,长假后期的消费力丝毫不减。据悉,本周末钱,在苏宁购买家电仍可享受长假期间的优惠,各种促销活动依然为消费者带来充足的购买理由。此外,每年10月份的苏宁会员月,将回馈所有会员,带来家电免费保养服务。

在走访永乐、五星时了解到,长假过后几类主要的大件家电又出现了进一步的价格下探。以平板电视为例,多个国产品牌40英寸或42英寸的主流尺寸产品,最新的价格都调整至3500元左右,部分品牌甚至推出2800元左右的特惠价,而这样的价格与十一黄金周期间相比,足足便宜了200元以上。而50英寸以上的大屏幕产品,也出现了价格的再次下调,目前最低售价已经跌破4000元大关。

在国美,今年十一巅峰巨惠将持续到10月14日。郑州国美13家门店最后限时抢购低至五折,如42英寸LED支持多媒体播放仅1999元,三门冰箱200立升以上仅1398元,6公斤滚筒洗衣机1598元,尼康单反相机仅2799元,苹果iPad4仅3199元,三星Note3仅5399元等。另外,全场购物就送食用油,购手机加送欧莱雅护肤套装、购数码电脑加送名牌自行车。

王巍说:“每年十一过后,促销都会延续一段时间,但今年除了促销时间延长外,促销力度也有所加大,下次要想享受这种优惠力度就要等元旦和春节了。因此,如有需要,要抓住最后三天来永乐享实惠。”

价格动向 新能效产品价格普遍看涨

十一之后,家电市场施行新的能效等级标准。新能效标准比原有的能效标准更节能、更环保。在郑汴路家电城采访时看到,仍有不少空调、冰箱被贴上“特价”、“优惠”的标签。销售人员说:“降价促销的基本为按照旧能效等级标准生产的机型,此次降价促销为清仓处理。”

在苏宁、永乐等卖场记者看到,已有部分按照新能效标准生产的家电上市。一位冰箱销售人员指着贴有“CSC”的标签告诉记者,新能效标准生产的机型全都要经过国家相关部门的认证,并被贴上“CSC”的标签。“CSC”的家电意味着,比按旧能效等级生产的家电更节能。

“旧的能效等级标准分为一至五级,新标准调整为一至三级,老标中的一级和二级各递减一级变为新标的二级和三级,新标增加一个一级标准。”大商电器总经理李亮认为,商家在处理完旧产品后,将会进按新能效等级标准生产的家电。由于新产品较旧产品更节能,价格也将会上涨船高。

“由于新标准较旧标准更节能,相应的生产成本也更高。”家电专家罗清启认为,根据新能效标准,空调和洗衣机的价格影响最大。对空调而言,能效等级每上升一个档次,成本相应增加250元~300元。能效从最低的五级直升到三级,意味着每台空调成本可能增加500元~600元。

线上线下 家电卖场比优惠拼折扣

十一假日期间,苏宁门店每天都有大量消费者前来购物,很多需要购买家电的消费者甚至在国庆假期的前一日就迫不及待下单购买。在苏宁线下门店或者是苏宁易购下单购买的商品都能享受到同样的优惠,并且购买的所有产品,不管是电器还是母婴、美妆、图书都能享受到苏宁一贯高品质的服务。钱承建说:“苏宁能够持续提升3C

销售占比,一方面,我们为喜欢网购的消费者提供了易购渠道,但更重要的是,我们提供了线下1700多家门店作为售后服务网点,这是苏宁双线融合的优势。”

“去卖场的人肯定很多,而且有的卖场还没有中意的商品。”家住管城区的姜女士说,“现在网络购物很方便,而且各家电商打折的力度都很大,这个十一购

物,我基本上都决定在电商购买。”

不过,尽管苏宁易购、国美在线、京东商城、天猫各大电商亮出促销利刃短兵相接,但同样是促销,线上线下的价格又差不多,大部分市民还是更青睐在实体店选购。在五星北环店,准备买个平板电脑的郭峰说:“看到网上的售价和实体店差不多,但实体店能够

体验真机,所以我还是决定在店里买。”

对于消费者来说,无疑是乐于见到商家比拼价格战,面对优惠,需记住网上流传的一句对白。迪信通副总裁兼河南公司总经理陈施霖提醒说:“如果你想买一件东西,但是因为超出预算而犹豫不决,那就买下来;如果你想买一件东西,只是因为它非常划算,那就不买。”