

父亲节恰逢世界杯,高清液晶电视受欢迎 年中庆加力父亲节,卖场优惠多



“视”界杯 为喜欢足球的父亲换“电视”

这个夏天,各球队争抢的世界杯逐渐成了电视商家眼中的“视”界杯,不少卖场借机推出高清液晶电视产品,有商家提前两周就开始了预热。

“因为世界杯,电视机促销价格相当优惠,新推出的4K高清液晶电视也以八折或九折的价格出售,不少液晶电视甚至降至六折。电视机比去年同期销量上涨二三成,热销的电视尺寸多在40英寸至50英寸”。河南国美总经理张德炬介绍说,近日,以“世界杯”为主题的彩电促销进入白热化阶段,部分厂商促销让利幅度高达40%

左右,“世界杯”俨然变成了“视”界杯。“近一个月以来,我们彩电的销量环比增长了30%以上,大屏幕4k电视销售环比更增长了50%左右”。

为了引爆“世界杯”消费节点,不少卖场门口摆放着世界杯开赛的时间赛程表,电视专区内挂满世界杯参赛国家的旗帜,店堂上方还挂起了一个个小足球,互动意味十足,以此吸引消费者的眼球。一些卖场还推出了“2014年世界杯冠军竞猜”,以及买彩电送正版足球、正版球衣等促销活动。

6月15日是父亲节,这对于“造节不止、逢节必促”的各大家电卖场来说,父亲节本应成为他们的主战场,但今年的父亲节促销遇到足球世界杯和家电卖场年中大促,大部分商家只好选择把三者的促销结合起来了。昨日,记者走访后国美、苏宁和永乐后发现,与儿童节和母亲节前各大家电卖场在线上线下“全面出击”相比,爸爸们的节日就像父爱一样,深沉内敛了许多。 郑州晚报记者 樊无敌

年中大促 卖场大打“底价”牌

“亮剑6·18”、“全民抢红包”、“充10元抵100元”……随着“6·18”年中大促的临近,包括国美电器、苏宁易购、京东商城、天猫电器城、库巴等纷纷推出“6·18”主题促销活动。国美电器6月9日宣布即日起至6月22日启动“亮剑6·18”活动,包括河南国美、永乐在内的全国1500家门店以及国美在线全渠道货品直击网络低价。而苏宁也表示,将投入上

亿促销资源参与这次年中庆。河南苏宁总经理姚凯介绍说,本次年中庆典门店、苏宁易购同步发力,6月13日至22日,将开启全网价格战。

此外,天猫电器城、当当网、亚马逊等电商也悉数上线了年中促销活动,其中当当网即日起至6月22日家电五折封顶,购物赢免单。亚马逊则推出比价月,明星爆款1折起,多品类满上折减。

价格激战 选购时更应该谨慎

各大商家“6·18”期间价格战激烈,消费者在选购时更应睁大眼睛,具体对比各项参数,如果网页信息中看不出来,可以去实体店卖场看真机进行对比,再综合价格进行选择。

河南国美总经理张德炬介绍说,在促销过程中,一些商家为了节约成本,甚至要求上游厂商偷工减料。一些消费者

没有通过实际对比,很容易被商家网页上描述的信息蒙蔽。例如号称功能类似的两款冰箱,能效方面差一级,成本就低了很多。冰箱的发泡厚度一些品牌有5厘米,一些只有3.5厘米,背板是钢板还是塑料板,消费者很难在商家的促销页面甄别出来,很容易被“价格只低几十元,实际成本就差了几百块”的产品所忽悠。

品牌资讯

ThinkPad New X1 Carbon 突破你的期待

6月10日,联想在郑州举行了新一代X1 Carbon河南地区上市发布会。借助变色龙键盘、手势控制和伸展模式等一系列开创性的创新技术,新一代X1 Carbon更加人性化,并更具易用性。ThinkPad首创的变色龙键盘新技术就如同它的名字一样,可以通过用户正在运行的程序,感知用户需求,并根据用户行为自动变化多种场景的按键方案。用户只需轻轻触控键盘上面的虚拟按键就能实现操作;变色龙触控区拥有四种模式,其内容会随着模式开关的变化而变化;主菜单模式、网页浏览模式、网络通话模式、基础功能模式,四种模式几乎覆盖了全部应用场景。整机重量只有1.27KG。

永源电动汽车进驻中原 倾力打造行业新宠

6月6日,国内领先品牌永源新能源电动汽车公司招商大会在郑举行。据该中心负责人叶先生介绍,永源集团成立至今已有28年,近几年来,永源集团致力于电动汽车新能源的研发与制造,成效显著。针对永源新能源低速电动汽车的销售,浙江永源集团也给出了国际化的整合方案,不仅门店拥有统一的VI体系,更将统一的服务、宗旨释放到代理商处,这次入驻中原地区的战略部署正在火热招商中。“技术过硬、节能环保、管理规范,正是看中了这几点,我们对市场推广才有信心。”前来寻求合作的几位来自安徽、山东、河南等偏远地区的经销商,对永源新能源低速电动汽车的销售前景充满期待。

郑州晚报记者 周华

相关新闻

苏宁易购上线运动户外频道

苏宁联姻巴萨,助力青少年足球发展



苏宁联姻巴萨,计划在三个方面展开合作

发布会上,巴萨CEO罗思客表示,苏宁和巴萨的合作是基于双方共有的尊重、拼搏、雄心、团队、谦卑等价值理念,这代表着巴萨俱乐部向中国的球迷迈进的一大步,他希望通过与苏宁的合作可以让更多的中国人民喜欢足球,热爱运动。

据了解,作为巴萨在中国区第一家官方合作伙伴,苏宁前期已经有大批量大有巴萨球星广告投放,双方的联姻已经不是秘密。此次发布会是双方首次公开亮相,双方计划在三个方面展开战略性合作。

首先,苏宁和巴萨共同推出中国青少年足球扶持计划,将在下半年开学季组织中国校园青训营和选拔赛,从中选

拔优秀青年足球选手飞赴诺坎普学习,并有机会和梅西、内马尔、皮克、桑切斯、马斯切拉诺等世界级巨星进行近距离交流。

此外,作为苏宁运动户外社交战略的一部分,苏宁将成为巴萨中国区粉丝官方合作伙伴,并在苏宁易购站内和PPTV开设巴萨频道,建立巴萨中国球迷的沟通交流阵地,可以第一时间获得巴萨授权的资讯和图片,并参加双方组织的各类官方球迷活动。

同时,作为苏宁商业合作伙伴,巴萨将推荐全球的赞助品牌入驻苏宁运动户外频道,向用户提供高品质的运动类商品。

6月11日下午,苏宁在南京召开运动户外频道上线暨巴萨战略合作媒体通报会,巴塞罗那足球俱乐部(以下简称:巴萨)CEO罗思客、苏宁云商副董事长孙为民、运营总部执行副总裁李斌等人一起见证了苏宁运动户外频道的上线试运营,并公布了与巴萨在中国青少年足球扶持、巴萨官方粉丝阵地等合作项目。 郑州晚报记者 樊无敌 文/图

上线运动户外频道,铁三角营销系统助推全民运动

李斌在发布会当天解读了全民运动的“三重桎梏”:不知道自己适合什么样的运动方式;缺少族群组织的运动氛围;受制于工作生活等外部压力。

针对上述“三重桎梏”,苏宁创造性地提出了“铁三角”营销系统来推动全民健身运动开展,进而带动苏宁运动户外品类发展。

所谓“铁三角”营销系统,是指苏宁打造的以用户中心营销系统、社交电商营销系统、全民运动30分的联盟体系为核心的营销思路。

下半年直道加速,6·18切换世界杯服务模式

时下,世界杯即将开战,6·18新一轮电商大战蓄势待发,今年6·18苏宁要怎么“玩”?

李斌透露,根据世界杯期间用户对看球装备、看球场地、看球娱乐、看球饮料食品保障等一系列痛点,苏宁将从6月16日切换成全渠道的世界杯服务模式,即通过PC端的首页改版、流程优化、互动游戏活动持续优化用户体验,突出世界杯运动氛围;通过移动端设计世

李斌介绍说,苏宁将依托遍布全国的门店O2O优势和合作厂商的资源,通过公众社交平台构建苏宁易购运动者联盟,打造一个高活跃度、强化运动族群人际关系的社交平台。

目前,苏宁易购运动户外频道规划了热门品牌、运动鞋、运动服、户外鞋服、户外装备、健身器材、健身运动、女性专区9大目录和楼层,耐克、阿迪达斯、李宁、哥伦布、New Balance等大批知名运动户外品牌悉数加盟。

7月11日,苏宁运动户外频道将正式开业运营,届时入驻的运动户外品牌将达到1200个,商品SKU数将达到50万。

苏宁对目前已经入驻的运动户外商户推出了“百万明星商户养成计划”,计划培育一批百万销售级别的运动户外品牌,同时设立了“最快成长奖”、“最优服务奖”、“最佳人气奖”、“明星店铺奖”和“伯乐推荐奖”等奖项,给予不同额度的资源礼包的奖励。

围推广,且服务将延伸到平板电脑和数码品类。

此外,在6月16日开始的为期五天五夜“0利风暴”的年中庆活动中,苏宁易购将拿出彩电、手机、电脑、平板和盒子等100万台爆款看球装备,以低于市场售价的形式海量供应。例如主流的iPad mini,仅售1599元;iPhone 5S手机,爆款价格只要4599元;合资的32英寸平板电视,售价跌破千元。