

■ 高端访谈

依托大数据,苏宁掀空调精准定制风

访苏宁云商集团河南公司总经理姚凯

苏宁双线打响5月空调促销战

“万人空巷抢空调”自2013年启动以来,现已成为苏宁品牌性促销活动,受到消费者认可。”姚凯介绍说,今年的“万人抢”活动将从5月21日持续至24日。届时,苏宁将依托线下1600多家门店和苏宁易购的双线优势,联合美的、海尔、海信、奥克斯、志高、惠而浦、三菱重工、大金等知名空调品牌,实现全面让利,提前抢占空调销售市场。

“为缓解高温旺季市场的销售压力,苏宁一次性买断全行业空调库存的10%即400万台,提前启动‘万人空巷抢空调’活动。”姚凯说,近日,河南苏宁高层领导与美的空调河南区域核心高层会晤,召开了苏宁与美的5月空调大促销动员会议,为即将打响的苏宁空调进行蓄势。

“这正是苏宁在5月21日到5月24日开展‘万人空巷抢空调’活动的原因。”姚凯介绍说,此次提前启动旺季市场,除了是分担行业库存压力外,也同时分流高温旺季的市场压力。因此,此次活动得到了美的空调的积极响应,在货源、人员资源等方面都给予了苏宁最大的支持。

此次“万人抢”活动价格异常具有吸引力。姚凯介绍说:“苏宁除推出999元1P挂机、1499元1.5P冷暖挂机、1999元1.5P变频挂机、2499元2P冷暖柜机、5399元海尔2P圆柱变频柜机等海量爆品,还将推出预存10元抵500元空调套券、购空调送600元家电套券、爆款6折起等优惠活动,在给足消费者实惠的同时,全方位满足其多样化购买需求。同时,来苏宁就免费为你的手机贴膜,还免费停车。”

进入5月以来,空调销售逐渐呈现走高态势,在郑州各个卖场走访时发现,过去一年,受宏观经济发展放缓,房地产市场低迷及客观天气因素的影响,空调出货通路受阻。那么,面对今年空调市场的现状,商家会采取什么措施以应对市场竞争呢?针对此,本周二记者采访了苏宁云商集团河南公司总经理姚凯,他说:“毫无疑问,目前的空调市场需要注入更多的‘催化剂’,随着炎热天气的到来,5月底对于‘靠天吃饭’的空调来讲,也无疑是比之前‘价格乱战’更好的时机选择。”樊无敌 文/图



大家电市场竞争“新常态”

公开数据显示,目前全国空调保有量已有近5亿台,由于去年“凉夏暖冬”,全行业空调总库存量达到4000万台,比往年增加了三成左右。国内空调产品在城镇中的每百户家庭保有量为150台左右,在郑州这样的二级市场中每百户家庭的保有量接近200台。更新换代已经成为市场增长的主要动力。但如何找到这部分消费者?

“苏宁此次将继续依托大数据优势,推出定制化空调产品。通过对消费者购买习惯、购买喜好、购买频次等参数进行数据分析,直接渗透上游供应链,联合生产企业与核心部件厂商推出大单定制机型,以满足不同消费者的空调购买需求。”姚凯分析说,“从空调行业的长远发展来看,相比恶性价格战,基于大数据分析,紧密抓取用户需求才能在市场竞争中长久立足。今年,在对产品进行促销的同时,河南苏宁更多的是思考如何和供应商一起思考成熟市场上的成熟品类如何突破市场瓶颈的问题。”

“以往我们更多地会在小区进行预存活动,现在我们更多通过免费清洗等上门服务,掌握更加精准的用户数据。”姚凯说,“向空调使用已经超过8年的用户提供以旧换

新的建议等。而这也是苏宁进行精准营销的一个案例。大数据分析发挥的作用越来越大,这是我们的活动更有针对性。”

“大数据不光应用于对用户消费者的精准营销,也更多应用于和上游供应商的联动。”姚凯介绍说,“苏宁已经开始越来越多地根据大数据分析向上游供应商进行产品的包销定制。而这不光局限于空调,在电视、冰箱、洗衣机等传统大家电品类上都有体现。因为,成熟市场的家电竞争已经不是简单的价格战能够玩转,市场环境的改变正在倒逼渠道商和供应商向满足消费者的综合需求的转变转型。”

“此次‘万人抢’活动,苏宁空调将继续推行送装一体服务。空调主城区当日送装到位,郊县货到24小时安装到位,安装免上门费、检测费、维修费,并提供移机、保养等增值服务。”姚凯指出,随着央行降息及地产放松政策落地,下半年房地产销售状况有望改善,空调销售趋向回暖。苏宁此次集消费者之力和上游厂商展开博弈,一次性买断空调行业10%库存,可分流旺季市场的服务压力和抢购效应,缓解空调企业的业绩压力。同时,他却恶性价格竞争的。基于大数据分析,依托消费者需求或是苏宁突围空调销售市场的大计。

■ 潮流前沿

河南首家电竞馆 明基电竞馆揭幕



5月10日,明基电竞馆在平顶山市揭幕。作为河南省首家明基专业电竞馆,该馆不仅配备了世界级顶尖电竞赛事所使用的专业设备,更拥有堪比职业电竞赛场的装修和氛围。这是继推出全球首款专业电竞游戏显示器以来,明基再次跨出更具历史性和标志性意义的一步。

明基首创的专业电竞馆整体解决方案,以明基电竞馆为载体,正逐渐融入社区,为玩家们打造电竞社交新据点。这里所提供的比肩世界大赛的专业级电竞装备、独具特色的竞技氛围,

■ 茶业动态

2015河南第六届紫砂艺术节开幕

近日,“品鉴紫砂 传承文化 共享艺术”2015河南第六届紫砂艺术节在河南国香茶城举行。活动当天,紫砂艺术大师云集中原,携手共鉴共赏紫砂瑰宝,共创一次高品位、高规格的专业性紫砂盛会,为中原藏家与壶友呈现一场紫砂文化的饕餮盛宴。据了解,本届紫砂艺术节为期4天,共设标准展位百余个,精品展位23个,全部为

乃至系统化的区域性、全国性电竞赛事,都将给予电竞玩家更精彩、更健康、更舒暢的电竞游戏体验。全新开幕的明基电竞馆将电竞运动与时尚社交生活紧密联系在一起,这里既是年轻人挥洒热情汗水的竞技场,也是肆放青春智慧的大舞台,既是电竞游戏玩家交流沟通轻松社交的新空间,更是明日电竞之星筑梦、追梦和圆梦的新起点。

据了解,电子竞技与网游不同,早在2003年就成为国家体育总局认可的第99个正式开展的体育项目。作为全球最早投入专业电竞显示设备开发的厂商,BenQ多年来与众多职业电竞明星合作,并深入各大世界顶尖电竞赛事,如今再度领跑业界,打造电竞爱好者身边的社交据点——电竞馆,这将成为我国电竞运动兴旺发展的奠基石。樊无敌 陶方凤 文/图

紫砂产品展览展示,参展的优秀紫砂工艺师有数百人。为推动本届紫砂艺术节的有效开展,举办方特组织了紫砂艺术大师讲坛、第五届养壶大赛、紫砂壶现场制作、首届换杯大会等多项专业活动。不仅丰富了艺术节内容,还为参展工艺师、经销商、采购商及终端消费者提供了更多面对面交流的机会。王一品

内衣视界·中国万里行财经峰会河南站圆满落幕

近日,“后浪·我们的时代”第2季内衣视界·中国万里行金牌门店&时代先行者颁奖典礼暨中国品牌内衣经销商财经峰会河南站举行。《内衣视界报》总编辑蔡文敏表示,当调整型文胸还被人津津乐道时,无钢圈文胸已悄然占领内衣界,尤其是2014年,简直可以被称为无钢圈文胸之年。时尚流行趋势永远在发生变化,这就需要每一个内衣人始终保持积极向上的态度,具备改革创新的精神。“后浪”就是要有开拓精神、进取精神、创新精神,有时代赋予的使命感和责任感。新一代内衣人,要敢于成为“后浪”。王一品

多哆网汉韵传承 郑州第一站圆满落幕

多哆网推出的中国首家汉韵魅力女性分享平台日前在郑州举办了“汉韵传承 魅力女人”活动,活动由多哆网联合东方御道集团、赛美儿形象设计机构、郑州金鑫珠宝共同主办。多哆网全国首家魅力女性分享平台专注于女性和谐之美,向爱美女性提供丰富的美学知识、最新时尚前沿报道与评论,和女性朋友一起分享爱美心得。活动中还推出了首次发布的明星产品——贝壳丽72H补水面膜,再加上现场各种游戏互动环节,使更多小伙伴们了解中国汉韵文化。王一品

艺家康庭携手哈希举办饮用水安全宣传月活动

由哈希水质分析仪器(上海)有限公司和艺家康庭(上海)生物科技有限公司共同举办的“关爱饮水安全 享受健康生活”饮用水安全宣传月活动,近日在中南·海知音小区拉开帷幕。活动主要是对饮用水的水质、浊度、PH、消毒剂含量等多项数值进行检测。“通过检测可知,该小区的饮用水大部分都在国家饮用水安全范围内,只有极少数饮用水样本逼近临界值。”哈希工程师表示,究其原因,多是因为净水器滤芯造成的二次污染。对此,艺家康庭向小区居民讲解道,净水器的滤芯在过滤有害物质的同时,也将有害物质保留了下来,如果长时间不更换滤芯,净水器就会变成“污水器”。王一品

“听民意、思差距、我先行” 铭功路税务所为纳税人服务

二七区地方税务局在年所得12万元以上个人所得税自行纳税申报工作实施以来,面临金税三期系统刚上线时期,工作时间紧、要求高、难度大、操作新系统经验不足等因素,顶住诸多困难,积极稳妥地开展工作。其中,铭功路税务所通过QQ群、手机短信等渠道,发布个人自行纳税申报有关政策,及时进行纳税提醒、政策告知,深入宣传自行纳税申报政策,积极引导纳税人在办税大厅和“金税三期优化版网上办税平台”进行纳税申报,有针对性地重点向重点高收入行业及个人实施“点对点、一对一”的宣传辅导,为自行申报创造良好的社会环境。与此同时,铭功路税务所还开展“听民意、思差距、我先行”大讨论活动,听取金博大、大商超市等重点纳税企业的意见,从每天的点滴小事做起,更好地为纳税人服务。通信员 王争光 冯凯