

市场上半年同比增长4.3% 家电结构调整拉动市场增长

结构升级仍为主旋律

上半年彩电、白电等大家电市场整体维稳,产品、品牌、价格等内部竞争进一步加剧。

据中怡康发布推总数据显示,彩电市场凭借2月春节对市场的带动,彩电市场上半年零售量、额分别同比增长3.4%和1.2%。向尺寸更大及更清晰的产品升级仍在继续,上半年4K产品零售量渗透率(中怡康月度监测系统)达到28.2%,48英寸及以上大屏占比达到42.8%。个性化产品曲面液晶及超薄液晶也加速渗透,参与品牌逐渐增加。

冰箱市场规模上半年高位盘整,销售量增幅别为-1.1%、产品结构升级加快,品牌加速洗牌,价格竞争激烈。

厨卫市场稳中趋缓

据中怡康推总数据显示,上半年油烟机、热水器、燃气灶零售量分别同比增长2.3%、3.3%和2.4%。

产品内部升级表现在,燃气热水器产品持续扩张、近吸式油烟机

空调市场价格战在上半年依旧延续,导致空调市场各品类均价几乎全线同比下降。销售量增幅为1.7%,空调市场结构持续优化,变频APF三级替代变频现象明显,变频APF一级在变频占比持续上升,成为市场新增长点。

从销售额来看,洗衣机品类以6.8%的增幅,取得了优于彩电、冰箱、空调的表现。从而导致洗衣机市场进入了双寡头时代,竞争加剧,主要品牌依托变频+大容量组合方式抢夺市场份额。

“大环境确实不好,洗衣机行业还算是在寒冷的冬天中有一丝暖意。”中怡康总经理贾东升告诉记者。

高速增长以及大火力、高能效、防干烧等节能安全类燃气灶产品的快速增长。

从水家电市场来看,产品升级依然是主旋律,净水设备品类保持快速增长,上半年同比增长保持在百分之四十以上。

电烤箱成为厨卫电器市场唯一的“高姿态”,零售量、额分别同比增长48.2%和56.4%。

电商渠道地位日益凸显

上半年家电线上市场快速增长,成为家电市场“新常态”下的常态,电商的功能和地位逐渐确立。

据中怡康周度监测数据显示,2015年1~26周,主要家电品类线上市场零售额同比增速均保持两位数增长。其中,彩电、洗衣机、热水器、净水设备、电饭煲等线上零售额同比增速接近甚至超过50%,吸尘器线上零售额同比甚至达到了157%,引领家电线上市场快速增长。

电商促销范围开始打破线上、线下的界限,全网布局的促销模式在上半年618电商大战中开始启动。今年上半年,家电市场的三个销售小高峰分别是在第16周(4·18电商促销)、第18周(五一劳动节)和第25周(6·18电商大战)。电商平台整体销售逐步上升,电商加大投入传统线下节假日;电商促销形式更加多样化,尤其是电商大促6·18销售热度甚至超过五一传统促销假日,电商促销节开启线上、线下全渠道促销热潮,下半年需重点关注818、十一、双11、双12等促销节点。

对此,中怡康总经理贾东升指出,下半年家电市场增长动力主要表现在一是工业化和城镇化的加速发展将释放更多的新增家电消费需求;二是以“互联网+”为代表的信息技术、信息化,将持续为家电产品研发、营销推广等注入新的增长动力;三是中西部地区的快速发展将拉动中西部地区家电市场需求;四是房地产回稳将释放家电内需,拉动下半年家电市场。

7月21日,中怡康发布推总数据显示,2015年上半年,整体家电市场规模(包含手机和3C)7697亿元,同比增长4.3%。对此中怡康总经理贾东升表示,伴随着国内宏观经济“新常态”的稳定发展,中国家电市场也已处于产品结构调整为基础的稳健增长期。
郑州晚报记者 朱江华



创维服务 为你而变

2015年,中国消费者协会确定的消费者主题为“携手共治 畅享消费”。随着智能电视日新月异的发展,消费者的需求也在悄然发生改变,作为国内家电企业的领导品牌,创维在一直坚持“创维服务 为你而变”的理念,带领消费者体验创维的“真省心、更透明、好便捷”服务。那么,创维到底如何为用户做到省心、透明和便捷? 朱江华

真省心

“一站式”省心到家,“欢乐保”放心无忧

真正的用户体验,应该是从用户购买产品那一刻起才刚刚开始。而创维一直坚持用户导向,其中“一站式”服务更好地践行了这一理念。传统的购机流程是用户在商场选购完电视,在家等待商场人员送货上门,收到货之后还需再次与厂家联系上门安装和调试。厂家与商场各自履行各自的服务责任,用户的体验并不好。

而创维“一站式”服务,则彻底解决了这类问题,也就是用户只需拨打全国统一服务热线,剩下的物流配送、安装调试、增值服务、延保

和代收货款等业务都会由创维服务人员迅速一站式的完成。针对目前市场上两种创维产品的销售渠道,创维一站式服务也有不同服务举措:若用户是在创维直营店购买电视,当天购买第二天就可以完成送货、安装调试服务;若用户是在商场购买电视,创维将按用户的预约日期当天完成送货、安装调试服务。这样的举措,为用户避免了长时间等待、频繁联系的烦恼。

另外,创维的“欢乐保”延保产品,为用户彻底解决了后期的维修费用顾虑。

更透明

服务政策公开透明,45分钟标准高端统一

创维在服务规范和收费标准方面一直严格把关,除了基础的服务规范和承诺外,创维持续提升服务标准,从2013年初开始不断推行和强化“45分钟高端体验式服务”。其目的就是专业化的安装服务,到完美的功能体验服务,再到完善的家电保养服务,为用户提供完美的服务体验和产品使用体验。

创维“45分钟高端体验式服务标准”,全程分解为三个阶段:一、安装服务:9次测量、定位,分23个步

骤,共25分钟。二、体验服务:8次体验,共15分钟。三、保养服务:5分钟。在整个服务流程中,从进门前的问候,到安装前的开箱、安装过程中的打孔、安装后的定位与卫生清洁,帮助用户搭建网络,协助用户体验电视机的各项功能,再到增值产品、延保服务产品体验、保养相关常识介绍、服务满意评价和温馨告别等细节都进行了明确。

总而言之,企业要做到让用户认可,就要做到超出用户期望的效果。

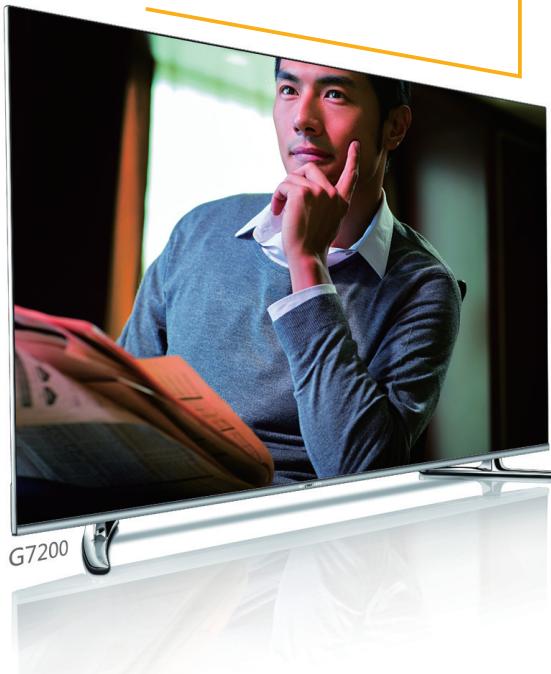
好便捷

微信预约十秒搞定 服务进度实时掌控

无论用户是在网上购买还是在线下商场购买,均可通过“创维服务”微信提交安装请求。据记者亲身体验,手机微信关注“创维服务”微信公众平台后,点击打开“服务”栏,可以直观地看到“安装/维修”,根据自身需求,选择安装或维修服务,菜单中的家电类型、安装方式和用户信息大多采用点选式操作,服务请求可以简单快速地提交。在手机移动端,为用户提交服务诉求带来了全新的体验。

此外,创维服务官方微信平台给了用户更多的安全性。很多偏远乡镇农村用户,普遍是就近寻找家电维修点或者托关系找熟人维修,而这些维修人员并无正规的维修资质,维修质量无法保障,而通过“创维服务”微信平台“下单”,提供的服务时间及上门人员将由创维系统后台自动生成推送信息,安全可靠,服务高效。

创维集团(中国区)营销总部用户服务部总监尹占江表示:“只有以用户思维出发,才能紧贴用户需求,才能实现企业与用户的共赢。企业不仅是产品提供者,还要携手用户共同参与到产品的研发、生产、制造、服务、升级等一系列改善中,以用户需求来设计服务标准与措施,一切因用户需求而变,从而为广大用户提供更高的服务标准、更快的服务响应和最贴心的服务体验。”



G7200