

渠道商大会家电企业达成共识

家电销售制胜点:用户体验+渠道效率

见习记者 马玲玲

家电产品的智能化带来了销售渠道的多元化。或自建销售渠道,或融入京东、苏宁等生态圈,家电销售正由大规模生产、大范围经销的模式向精细化管理升级。在这一变革中,提升用户体验、提高渠道效率,成为不少家电企业的共识。

提升用户体验

据奥维咨询数据统计,2013 年家电行业整体销售额达 1.2 万亿元,其中电商渠道为 716 亿元,占比由 2012 年的 3.6%提升到 6%。

电商渠道的蛋糕逐渐扩大,用户体验成为拉动销售额的重要因素。奥维咨询董事长喻亮星表示,从线上产

品评价与销售数据对比来看,评价关注度的数据拉后两周后,两者的正相关性可达到 0.9 以上,因此用户体验是网络购物的关键。

在昨日中国家电产业渠道商大会上,夏晋中国副总裁穆刚说,如何为用户带来更好更独特的体验,是家电行业整个上下链条研究的重点。良好的用户体验将产生持续的用户黏性,用户黏性又将产生有效的转换率,高而有效的转换率会推动企业的发展。

经过早期粗放式的发展,目前电商正逐步精细化。奥维咨询相关研究显示,顾客在电商平台除了关注价格因素外,对家电的配送、售后等服务关注度也越来越高。基于此,合肥三洋总裁章荣中表示,未来电商的发展正在向快捷、低成本、高收益方向趋

近,精细化意在加强对用户的个性化服务,如个性定制和完善售后,从而提升用户体验。

提高渠道效率

除了在渠道落地方面加强用户体验外,不少家电企业越来越重视渠道的效率。目前家电渠道主要为自建渠道和加入生态圈两种形式。对此,不同企业有自己的方向选择。

在穆刚看来,企业自建销售渠道并不容易,产品线单一、用户单一,不利于提高用户黏性。穆刚说,家电的竞争首先是生态圈的竞争,然后才是品牌,对于家电企业来说,更重要的是融入生态系统,成为生态圈的龙头。

日前美的与苏宁签订了未来 3 年 600 亿”的战略合作项目协议,并明确了

双线并进、产品聚焦、精准营销、互联网经济、组织协作等多方面的战略举措。随后,一向以自建渠道为主的格力,也放下前嫌”与国美签订了 80 亿元的年度采购合同。

一位不愿具名的家电分析师认为,美的与苏宁的合作属意料之中,也有利于提高白电全线产品的渠道效率,而格力则需通过加强渠道多元化来实现今年 200 亿元的增幅。

今年 2 月份,海尔也曾与国美签订 2014 年 30 亿元的销售协议。但同时,海尔也颇为重视自己的线上渠道,并在自己的物流渠道日日顺上线交互平台。日日顺总经理李华刚介绍,该平台目前已上线 9000 家商户,日均交易额为 1.5 亿元,其中 90%是未来产品的订单,而不是存货,大大提高了渠道效率”。

全面发力4G手机

中兴通讯瞄准4G终端市场前两名

证券时报记者 黄丽

在中国联通正式开启 4G 商用试点之际,中兴通讯 000063 昨日率先与之携手发布多款千元 4G 智能手机新产品。中兴通讯高级副总裁、手机终端中国区 CEO 叶卫民在新品发布会现场宣布,其中主打的中兴“大 Q”Q801U 手机售价仅 999 元,彰显中兴通讯扩大国内 4G 终端市场版图的决心。

逐步放弃低端产品

随着国内全面启动 4G 建设,中兴通讯也积极布局国内 LTE 终端市场。2013 年,公司在全球推出近 20 款 LTE 手机,出货量超过 800 万台,占中兴终端整体出货量的 12%。

2014 年,中兴通讯计划推出 30 款左右的 LTE 手机,并将发布自研芯片产品的推广。我们的目标是成为占据国内 4G 终端市场份额前两名的国产品牌。”叶卫民说。

叶卫民同时称,目前中兴通讯在国内市场的产品战略是逐步放弃低端机,更多的是打造明星机。他坦言,399 元以下的低端机我们全部放弃了,这一部分的量占目前国内出货量的 1/4—1/3。下一步我们要转移到精品机上,虽然出货量会下降,但我们更看重的是营收和盈利水平的提升,未来希望依靠盈利水平的改善来提升我们的市场排名。另外,我们十分关心用户的评价,做好产品的用户体验也是我们未来工作的重点。”

强化粉丝经营

在产品营销领域,叶卫民表示将

引入更多的互联网思维做服务。

叶卫民介绍,今年中兴通讯除了拓展线下的渠道之外,还会加大线上的交易,尤其是加强粉丝的经营。目前中兴通讯在国内的手机用户累计有 6000 万到 8000 万,其中比较核心的 S 级用户有 50 万至 60 万;A 级即注册用户有 1200 多万;还有 C 级用短信维系的用户也有几千万,未来我们能不能抓住他们成为我们的铁杆粉丝,这是我们下一步最需要充分挖掘的地方。”

此外,在营销方面,我们还将提出全民促销的策略,这种模式有点向互联网转移,这意味着未来产品的规划设计、市场销售和售后服务都让消费者参与,让消费者既能享受自己的

服务,又能享受到因此带来的利益和价值。”叶卫民说。

自研芯片销量500万

据了解,中兴通讯是首个推出 28nm 工艺 LTE 多模商用芯片的国内厂家,其产品在工艺、功耗、成本和面积上优势突出。2014 年,公司计划在三季度推出 WiseFone7520 多模芯片平台,以满足全球市场的需求。

叶卫民称,今年公司研发的芯片支持四模,即 FDD、TDD、TDS、GSM,中国移动的四张网我们都支持,这对中国移动的要求是比较合适的,此外公司还有五模的规划,预计到今年的四季度能完成。今年芯

片的销量,预计 500 万只是可以做到的。”

将推“最听话手机”

目前国内市场上千元智能手机的竞争空前激烈,对此叶卫民称,未来公司的产品可以在软件应用上做文章,比如说现在手机的 UI 都是文字界面、图形界面,以后有可能就是语言了。

我们软硬件结合,把语音识别、云服务和硬件的设计结合在一起,识别率更高。以后只要一个手机就可,不需要速记员了,出来以后全部翻译成文字了,这是自动翻译。此外,还有直接显示功能、全程语音导航等应用功能,我们会一个个做好。”叶卫民说。

■相关新闻 | Relative News |

酷派集团今年销售目标300亿 力争打入全球前五

证券时报记者 周少杰

昨日,酷派集团(02369.HK)在中国联通终端厂商专场发布会上宣布,酷派 2014 年目标销售额 300 亿元,智能手机终端的目标销量 6000 万台(其中 4000 万台为 4G 手机)。同日,酷派还与中国联通联合首发全球首款千元 4G 双卡手机酷派 K1。

“酷派在 2014 年要达成两个第一:4G LTE 国内销量第一,国产品牌

市场份额排名第一。”酷派集团总裁郭德英说,力争今年实现成为全球排名第五的智能手机生产商。

据郭德英介绍,目前酷派 80%的研发精力已经转移到 4G 产品上,并具备大规模量产 4G 手机的能力。根据酷派的计划,2014 年上半年,1000 元以上的手机将全部转为 4G;下半年,700 元以上的手机将转为 4G 手机。在与运营商合作方面,酷派集团昨日还宣布与中国联通达成战略合作

作,2014 年力争销售双方合作终端达 2100 万台,合作发展联通终端合约机用户达 1000 万户。

在中国联通昨日举行的发布会上,华为、HTC、三星以及中兴通讯等智能手机厂商也发布了各自的 4G 智能手机和数据终端。昨日下午,广东联通还召集各渠道商举行了春季订货会,记者在订货会上了解到,华为、三星和酷派等品牌获得渠道商的订单量居前三位。

金宇集团 去年净利增逾九成

金宇集团 600201) 公布 2013 年年报,去年公司实现营业收入 2.51 亿元,同比增长 20.6%;净利润 1.89 亿,同比大幅增加 92.34%。

金宇集团表示,营收增长主要是由于公司控股子公司金宇保灵生物药品有限公司销售收入大幅增加,同比增长 45.3%。而报告期内公司利润来源主要是生物制药所形成的利润,另有较大部分来自于确认转让内蒙古金宇置地有限公司股权投资收益。

2014 年,金宇集团将继续加大国际间合作的力度,加快生物制药产业的升级。同时,公司将利用自身研发与产品引进,实现公司产品多样化,通过技术改造、新建车间等方式,积极扩大疫苗产能,保持持续增长的竞争力。

(孟欣) (CIS) (高璐)

宝鹰股份收购 电商平台“我爱我家网”

证券时报记者 杨苏

刚刚完成更名的宝鹰股份 002047) 今日公告,计划大比例入股上海鸿洋电子商务有限公司,从而掌控知名家装电商平台“我爱我家网”。

3 月 19 日,宝鹰股份与鸿洋电商及其股东谢虹、马自强、上海携纵投资管理合伙企业,共同签署协议。协议显示,宝鹰股份将先增资鸿洋电商,再收购部分股份。首先,宝鹰股份拟以 8100 万元对鸿洋电商进行增资。然后,宝鹰股份以 2700 万元收购鸿洋电商股东马自强、胡金华等所持鸿洋电商共 5% 股权。交易完成后,宝鹰股份持股比例将达到 20%,为持股比例最高的单一股东。

据公告,鸿洋电商 100% 股权估值为 5.4 亿元,公司正进入向全国市场布局的发展阶段。宝鹰股份表示,根据鸿洋电商经营情况、所处发展周期、市场前景以及交易主要目的,估值定价参考鸿洋电商管理层 2014 年预测净利润的 12 倍来确定。

鸿洋电商管理层承诺,2014 年~2016 年实现的扣非后的净利润,分别不低于 4500 万元、5850 万元、7605 万元,即每年净利润复合增长率不低于 30%。

鸿洋电商成立于 2002 年,注册

资本 1322 万元,经营范围为电子商务等。鸿洋电商拥有和运行的“我爱我家网”,为中国家装、建材和家居领域领先的线上线下结合型电商平台 020)。

公告披露,“我爱我家网”已成为上海和长三角地区的标杆网站。该网站日均页面浏览量达 210 万,论坛最高同时在线人数达 1.39 万人,日发帖量 1438 个,网上可销售商品超过 300 种 3 万个,线下团购活动每次达千人。

从平台流量看,“我爱我家网”在家装业界处于领先地位。2013 年和 2014 年,“我爱我家网”被中国互联网权威评测机构艾瑞网评为家装类网站第一名;2014 年 1 月~3 月,“我爱我家网”在中国所有网站的平均排名为第 130 名,位居中国家装建材类电商网站第 1 名。

宝鹰股份认为,本次投资入股鸿洋电商为公司发展的重大战略举措。具体看来,一方面,宝鹰股份利用适应移动互联网时代的 O2O 商业模式跨入家装产业,将为公司以内生及外延结合方式拓展智能家居、建筑智能化等领域业务奠定基础。另一方面,宝鹰股份与鸿洋电商在全国的供应商资源共享,利用规模化集团采购优势,降低双方的采购成本。此外,宝鹰股份还实现了与鸿洋电商的资源整合,从而拓展双方的客户群体覆盖面。

精华制药子公司江苏森萱 拟登陆新三板

精华制药 002349) 控股子公司江苏森萱医药化工有限公司(以下简称“江苏森萱”)近日将启动股份制改造。改制完成后,江苏森萱拟申请在新三板挂牌。

公告显示,江苏森萱注册资本为 5600 万元,精华制药持有 51% 的股权,经营危险化学品、化工产品

制造等业务。截至 2013 年 12 月 31 日,江苏森萱经审计的账面净资产约为 7444 万元。根据审计后的净资产折股,折为 5600 万股股份有限公司股份,每股面值 1 元,全部为普通股。变更后,精华制药将持有江苏森萱 2856 万股,持股比例不变。

(袁源)

中超电缆 中标1.53亿电力采购项目

日前,中超电缆 002471) 及其控股子公司江苏远方电缆分别收到国网山东省电力公司、国网江苏省电力公司中标通知书,本次中标金额共计 1.53 亿元。其中,中超电缆中标金额为 9166 万元,远方电缆中

标金额为 6167 万元,合计金额占公司 2012 年度营收的 8.16%。

中超电缆预计,该订单将会对公司的经营业绩产生较为积极的影响。

(邓亮)

晶盛机电 召开新品发布会

昨日,晶盛机电召开了“全自动半熔高效多晶铸锭炉”和“基于 CFZ 技术的高效单晶生长设备”的新产品发布会,行业内知名企业代表和专家,有研硅股董事长周旗钢、中环股份董事总经理沈浩平、南玻集团李卫南等参加了该发布会。

据此前公告,晶盛机电与南玻

集团和宁夏天得签订重大销售合同,晶盛机电将为这两家公司提供此次发布的新产品 JSH800-HF 型多晶铸锭炉,总金额分别达到 8085 万元和 9800 万元,分别占公司 2013 年度营业总收入的 46.21% 和 56.01%。

(李欣)

杰瑞股份发布 全球单机最大功率压裂车

昨日,杰瑞股份 002353) 在全球最大的石油展上发布了世界首台 4500 水马力压裂车,也是全球最大的阿波罗涡轮增压车,它使中国成

为继美国、俄罗斯之后,第三个拥有涡轮增压装备的国家,开启了中国油气开发全新的“涡轮时代”。

(贾小兵)