



临近岁末,这场将持续至春节前夕的家电消费高峰就要开始,“双十一”的余热尚未褪去,“双十二”已热闹开场,然而尽管电商们挖空心思各出奇招,但从相关统计数据看来,面对消费透支的购物者,“双十二”显然卖不过“双十一”,家电圈人士纷纷表示,岁末买家电,回归实体消费已成惯例。

现代快报记者 蔡旺



“双十二”卖不过“双十一” 岁末买家电 回归实体消费

回顾

“双十二”的彩电江湖风平浪静

作为岁末家电消费的重要角色,“双十二”的彩电销售完全可以用“江湖有一点平静”来形容,奥维咨询方面透露,“双十二”虽然吸引了211万卖家参与促销,但整体销售额不如“双十一”,彩电也难以独善其身。从数据中不难发现,“双十二”当天彩电线上零售量为15.9万台,相当于“双十一”当日零售量的26%;零售额4.4亿元,相当于“双十一”当日零售额的24%。无论是销量,还是销售额,环比降幅都超过70%。

“‘双十二’彩电销售遇冷,最主要的还是

‘双十一’透支了消费,市场需要时间来消化。”奥维咨询黑电事业部总经理董敏分析,从销售渠道来看,尽管电商有一些新的促销行为,但传统卖场不看重。很多彩电厂商也不热衷“双十二”,并未积极参与,更不会投入资源。反观“双十一”期间,彩电厂商的促销和宣传力度都很大,备货也充足。董敏认为,随着4K、曲面产品的价格走低,消费需求将进一步打开,预计2014年全年4K电视的渗透率将达18%,曲面电视的销量将达20万台。明年,将呈现4K电视、曲面电视、量子点电视三轨并进的势头。

预测

传统家电卖场迎来销售黄金期

面对“双十二”不尽如人意,无论是家电卖场还是家电厂商都表示“很淡定”,可以说从圣诞、元旦开始,一直到春节,这个跨年的岁末家电消费,消费者会把重心从线上转移到线下实体店,这算是南京消费者的一个惯例。所以尽管电商“双十二”促销硝烟未尽,但线下的店商、厂商的促销狂欢已即将开启。随着元旦临近,传统家电卖场将迎来自己的“主场”时段。

“元旦、春节期间是传统家电销售高峰,销售额将占到全年总量的一成左右。”苏宁新街口店负责人李经理说,门店促销力度也很大。不仅购买一定数额大家电送iPhone6,而且还有预存翻倍活动。在彩电方面,门店元旦促销主推先锋、海信两个品牌,活动将更加丰富,部分产品将被拿出来做限时特价。此外,4K电视、曲面电视、智能电视也是促销的重点,多种

优惠叠加起来,一般相当于在原价基础上打7折,最低将达到5折。“元旦是开年第一战,都希望迎来开门红。”

五星电器南京区域相关负责人罗经理说,商家、厂家都很重视,除了常规促销,五星电器还跟大众点评、滴滴打车等企业合作做跨界营销。同时,彩电促销将在4K电视、曲面电视上发力,合资品牌主打价格优惠,将会有20%至30%的降幅,国产品牌则是买赠活动。

国美电器新街口店的元旦促销活动从12月26日开始。该店负责人赵经理介绍,目前可以确定的活动是购物满一定金额赠礼品,比如电饭煲、液晶电视、iPhone6。除了参与门店活动,海信等各大彩电厂家还将推出各自的优惠活动。很多4K电视、曲面电视产品属于新款,促销力度要比老款大得多。

品质生活·一步之遥

金3

冷成这样,还要防晒?

金6

圣诞特辑
你的愿望我买单

金10

圣诞狂欢
拒绝酒驾 安全到家

金12

教者天地心

“现代快报2014教育行业
年终评选”大幕开启

金16