

卖场收费项目繁多,渠道费用加重

厨卫厂家重心转向自营店

□本版撰文 信息时报记者 张静

在家电卖场周围,不仅空调厂家扎堆开店,厨卫厂家也开始纷纷开设自营店。各厨卫厂家在接受信息时报记者采访时表示,由于家电卖场各项收费繁多,卖场内专柜几乎无利润可言,因此会将自营渠道作为主渠道开拓。方太厨房东莞区域负责人彭少彬称,未来几年内将力求在东莞各镇区都开设自营店,并将逐步撤掉家电卖场专柜。



东莞厨卫厂家开始纷纷开设自营店。信息时报记者 聂奇文 摄

原因 1 不堪渠道费用之重

对于为何加快开设自营店的速度,厂家纷纷感叹“难以承受渠道费用之重”。有业内人士透露,虽然进场费已被禁收,但卖场仍有选位费、节庆费、管理费、开店庆贺费、促销费、广告宣传费等各种收费名目,加速拖垮了一些弱势厂家。

万和东莞区负责人王伟介绍,2006年前万和在东莞一直以与经销渠道合

作为主,但近两年渠道费用增加很快,万和必须加大专卖店的拓展。樱雪东莞区负责人林品杏也称,每家卖场单店的费用至少要占销售额的20%。

方太东莞区经理彭少彬则透露,明年方太还将在东莞开设5家门店,未来几年将把门店布局到东莞各个镇区,“这两年连锁卖场的费用大幅提升,家电连锁太过强势,厂家几

乎没有利润可言。”

一位不愿透露姓名的某厨卫品牌负责人称,该品牌进驻家电卖场仅场租费每年就需6位数,“单店销售额至少要达到200万以上才能保本;但今年经济不景气很难达到,卖场又增加了销售扣点和选位费等。”此外,个别家电连锁还会要求厂家支付所谓的“好处费”,从5000元到2万元不等。

原因 2 开店狂潮降低单店利润

促使厂家选择加速建设自营渠道的另一因素是卖场的开店狂潮。近几年,家电卖场上演了一幕幕“圈地大战”。东莞苏宁、国美、时尚电器三大卖场的新店数每年都在递增,目前东莞已有50余家家电连锁门店。

对此,厂家纷纷叫屈不已:每家卖场10万选位费,50家就是500万。门店数量急剧增加的另一个结

果则是企业单店销量下滑。“厂家进驻那些门店,各项费用照交,销售额却上不去。”华帝东莞区经理刘仲均坦言,家电卖场狂开新店,造成该品牌单店利润急剧下降。

“家电卖场只顾着圈地,但是事实上东莞本地的消费能力已经无法支撑这么多的门店数量。”方太东莞区经理彭少彬认为,东莞区域的家电卖场网点

过于分散。以东莞的消费能力35家门店已经饱和,剩下的许多门店都无法盈利。

彭少彬认为,在品牌形成一定拉力之后,自建渠道能降低厂家成本,实现利润最大化。但樱雪东莞区负责人林品杏则认为,自营渠道只是一个过程,最终还是将回到连锁卖场作为销售渠道的路上。“中国还需要一个过程,让连锁渠道发展得更规范。”

周末淘金

时尚 厨房电器全场8.8折

本周周末,为庆祝时尚莞城店和长安地王店摆满月宴,时尚电器旗下18家门店厨房电器全场8.8折,最低至三折,折后再送电饭煲、电磁炉、九阳豆浆机、16件套骨瓷餐具、32件套骨瓷餐具。时尚独有的家居品类满300元送200元棉被抵用券;夏凉产品4折清货;床罩5件套及部分8件套2折起;赛诺健康枕328元买一送一。另外,时尚特准备了一批超低特价专供两店。如诺基亚精品手机直降40%、山水时尚外观DVD机超低特价不到一百元等。

国美 第二个零利日登场

11月1日,继8月份首度试水“零利日”大获成功后,东莞国美总店第二个零利日登场。国美将集中最具竞争优势的促销和特价机资源,全场商品平均降幅都在25%左右,最高降幅达60%。此外,在11月1日~2日期间,光临东莞国美总店的老顾客,可凭旧发票享受8.8折的优惠,还可获赠数码相机、彩屏手机、DVD、微波炉等。另据了解,南城店样机开仓日全场三折起,厨卫、小家电等生活类家电和换季家电将成为主角。

苏宁 推出折扣专场

东莞苏宁电器今日透露,作为苏宁入驻东莞的第一家门店,其东城中路旗舰店即将于11月8日进行第三次重新装潢。为此,11月1日~3日,苏宁将在东城中路店推出近10万台样机和折扣机型,举行力度空前的折扣专场,最低1折起,平均折扣率为7折,总让利额度预计将达到上千万。另据悉,一批成色全新的库存机型将以9折、8折、7折等不同的折扣率加入到样机打折的行列。

外观设计 成家电竞争点

“节能环保”不再只是一项国家提倡的政策号召,消费者们也逐渐意识到节能环保对自身的重要性,中国家电课题组的专题调研结果表明,在决定消费者购买的因素中,节能环保已超过了80%。素有“电老虎”与“臭氧层杀手”的空调大力向“节能环保”转变是必然也是必须的。在新冷年即以“180°全周期转子监控”、“环保冷媒R410A”技术出彩的奥克斯空调强调,以环保节能作为产品研发的重点,不仅仅是为了市场需要,更是基于一个企业的社会责任。

奥克斯2009商务大会上,专业调研机构GFK即通过相关数据指出,在选购空调过程中,消费者对空调带来健康保证的需求正在持续增长,逐渐成为极具效益的消费增长点。对此,奥克斯一直致力于各项健康技术的研发,包括保证空调自身健康的Hydro-自动水洗技术,干燥防霉净芯科技等;改善空气的高压静电除尘、鲜氧生态负离子等技术,以及针对健康睡眠开发的Hi-tech内外双静音、一键舒眠设计、300度广角智慧风、随身温控感应与夜光遥控器五重人性舒眠科技。

随着市场的成熟,消费者对空调产品的要求也日益提高,外观设计开始吸引消费者的眼球,有业内专家指出,中国家电产业在技术竞争没有绝对优势的情况下,外观设计将成为竞争的重要方面。将韩国、日本著名工艺设计公司的先进工艺融入产品的奥克斯空调,始终坚持“引领潮流”的自我定位,拒绝业内普遍存在的“跟风设计”,奥克斯的“莫里斯”臻美花纹,“莱茵”皓光星钻的工艺设计都成为个性时尚的亮点。

信息时报 · 东莞办事处

诚聘

广告精英

职位·要求

广告业务员 (2位)

1. 大专以上学历,性别不限,高中以上毕业;
2. 1年以上广告行业工作经验,工作积极;
3. 具备良好的沟通能力,能适应出差工作;
4. 待遇优厚,五险一金,带薪年假。

广告业务员 (多位)

1. 中专以上学历,性别不限,高中以上毕业;
2. 1年以上工作经验,能吃苦耐劳;
3. 具备良好的沟通能力,能适应出差工作;
4. 待遇优厚,五险一金,带薪年假。

有意者请携带简历到: xindong177@163.com

东莞招聘热线: 0769-22482535 地址: 东莞市城区罗沙路126号金沙大厦七楼A座 联系人: 刘小姐、吕小姐

责编: 鲍音瑛 美编: 何建玲