



“五一”冰箱销售额预增 3.9%

卖场中来

结构升级凸显更新换代主旋律

“五一”是全年最大的促销节点之一,各大冰箱厂家摩拳擦掌迎接今年冰箱的销售高峰。奥维云网(AVC)分析认为:3月以来中央出台了一系列的楼市新政,改善型购房人群加速入市,二季度市场上行可期;同时受惠于去年下半年原材料价格下降导致今年冰箱促销空间增大,以及从3.15促销销售数据显示消费者购买意愿提升,二季度冰箱将迎来规模上涨。预测数据显示:2015年“五一”促销期间冰箱的市场零售额将达130.2亿元,同比上升3.9%。

综合来看,五一冰箱市场将呈现以下特点:一是4.18提前预热,线上爆发式增长。各个电商平台围绕4.18提前打起促销战,各平台推出了“放肆一把,保价到五一”、“4.18折嗨爆全场”等主题,点燃促销活动热潮。奥维云网(AVC)分析认为:随着农村市场网购规模的快速提升、电商渠道逐步下沉和农村物流体系的完善,五一冰箱线上销售规模将大幅提升。数据显示:五一期间,线上冰箱市场的销售额将达7.8亿元,同比增长达87%。

二是更新换代进入主旋律,结构升级凸显。分析预测,2015年全年冰箱市场的更新换代需求将超过50%,冰箱销售从普及需求到更新需求的拐点到来;同时消费者的消费结构升级趋势明显,正从功能消费过渡到体验消费。以上两点将拉动冰箱销售结构的快速升级。整体由两门、三门主销向多门、对开门产品主销过渡,门数内部由小容积向大容积主销过渡。奥维云网(AVC)预测数据显示:五一促销期两门、三门销售份额为16.2%和27.4%,份额同比下降分别为3.5%和3.9%,而多门、对开门销售份额为31.0%和25.3%,同比上升为6.4%和1.1%。

三是聚焦细分市场,“微霜”、“十字四

门”成亮点。从数据来看,冰箱整体结构升级大趋势已定,但各个细分产品领域各有不同亮点。

如两门市场聚焦在微霜产品上,两门微霜产品的零售量份额已经达到8.1%,同比上升4.6%,份额翻倍;预计在五一促销期间,微霜依旧是行业亮点,份额或将超10%。

三门市场则聚焦于251L-300L容积段产品,从监测到的零售量数据来看,此容积段产品是三门中增长最快的容积段,份额占比16.6%,同比增长2.3个百分点;同时,三门风冷产品中,此容积段也成为亮点,份额占比44.4%,同比上升1.6%。

而多门市场聚焦401L-450L产品和十字四门产品,数据显示,401L-450L容积段产品占多门市场份额达57.6%,同比上升28.4%,同比份额实现翻倍。

十字四门是多门中的亮点,Q1期间其占多门市场份额的29.0%,同比上升14.6%,同比份额接近实现翻倍。而海尔作为行业龙头企业,在今年3月首发了一款十字4门产品,预计将对这一细分领域的原有品牌格局形成冲击,其在五一促销周期的铺货和销售表现将值得关注。

文图/美美

时令热点

互联网为春季促销增添色彩



促销有千百种玩法,淘宝、苏宁、京东各出奇招。而随着80、90后的亮相,如何跟“年轻人”玩促销就变得更为重要。近日,苏宁易购与康佳联合推出优酷电视,面向年轻消费群体,实际上就是一次新的尝试。对于“电视”这个相对“传统”的产品,加上互联网属性之后,苏宁与康佳是如何把智能电视卖给年轻人的呢?

据康佳介绍,之所以叫优酷电视“梦想版”,是因为彩电正在用一种新的方式去拥抱年轻群体,通过新的功能、新的体验去适应追梦的年轻人。电视曾经是一代人的童年记忆,同时,优酷视频也是伴随着他们成长的印记。

于是有人不禁要问,现在的电视凭借什么样的功能与年轻人对接了?

对于优酷电视4K梦想版330U来说,基于康佳自身的电视研发经验,简单易用是其必备优势。基于领先的均衡8核平台,独家研发的YIUI易柚系统,康佳与优酷深度合作,将优酷视频直接嵌入优酷电视系统,专门为观影定制的优酷电视根据用户的观影习惯智能推送影音内容,用户一键便可享受最爱的节目。

康佳与优酷深度合作打造全新4K影音生态,为电视用户提供了更多的内容和服务,创造更大价值的观看体验和大屏新玩法。将为用户提供每年400部、16000集以上、64万小时的热播电视剧内容,一天24小时不间断足够观看555个日日夜夜。值得一提的是,他还具有行业40%独占资源,呈现所有热播美剧、TVN独家热播韩剧和TVB全部独家授权剧集。

另外,优酷电视内置QQ物联功能,可实现完美异地视频通话功能、通过QQ信息进行沟通;引入《天天酷跑》、《欢乐斗地主》、《全民飞机大战》、《天天飞车》等超多腾讯人气游戏;“黄冈教育”还可实现名师面对面教学……这一切,让这台优酷电视符合了当下年轻人对电视的所有幻想。

克里斯·安德森曾出版《免费:商业的未来》,倡导互联网时代免费思维的大作用。但是,近日有互联网专家分析,深度互联网用户,更喜欢“玩着赚”。免费没好货,通过好玩的活动,自己“赚”到的,才更有成就感与价值。康佳根据互联网粉丝需求,抓住用户痛点,在优酷电视促销活动期间,推出“挑战梦想100层”微信H5小游戏。

此外,还针对优酷电视制作了《买大买小,买错别手》轻app,将优酷电视“大有看头”的特点用幽默的漫画和文案表现出来,直观地证明了“大”才有看头的道理。据透露,这款43英寸的优酷电视预售价仅为2699元,前418名预约价2598元。

相较于打折、送礼等传统促销手段,苏宁易购通过极具互联网精神的方式,走出了一条符合年轻人的路,向年轻人推荐这款震撼行业的康佳优酷电视4K梦想版330U。这场年轻化的促销运动,为电视行业的春季促销旺季增添了一抹互联网色彩。

文图/晓辰



卡萨帝气悬浮无油动力冰箱全球首发

业界风向

前后经历上百年的演变,冰箱还能怎么创新和颠覆?4月18日上海梅龙镇广场,卡萨帝全系云珍冰箱的上市给出了这一问题的答案。

据悉,经过数年的研发和测试,卡萨帝云珍冰箱全球首创无油压缩机技术,使得冰箱内的温度波动从±2℃降低到±0.05℃,趋于恒温状态。同时,通过内部搭载CSK智控中央处理器,使得它能及时感应箱内环境的变化,并集成10万个保鲜环境模拟,实现冰箱内保鲜环境更精确、稳定和持久。“这是对几十年来传统保鲜科技的颠覆。”业内专家表示。

那么,该保鲜技术的问世给用户带来哪些好处?为了详细阐明其优势,卡萨帝研发人员周先生日前做了一项实验,他将储存在普通冰箱7天和卡萨帝云珍冰箱7天的果蔬拿到显微镜下放大100倍,结果



对比发现,云珍冰箱内的食材细胞水分含量与新鲜果蔬无异,且远高于普通冰箱,真正实现“细胞级”保鲜。

“同样是刚买回来的新鲜蔬菜,在云珍冰箱内存放时的保鲜寿命会比在普通冰箱内延长近一周,而且还会牢牢锁住原汁原味的鲜美和营养,它给食物带来的是真正‘细胞级别’的保鲜,而不是普通冰箱带来的模糊保鲜。”周先生解释道。

随着松露、鱼子酱等昂贵的食材越来越多地出现在高端家庭的餐桌上,传统冰箱难以满足高端用户对珍稀食材的苛刻保鲜要求。而卡萨帝云珍冰箱的问世,则使得这一难题迎刃而解,令高端用户尽享顶级食材。同时还应用了全球首创干湿分储技术,有效解决不同食材干湿难均衡的问题,满足用户的极致生活追求。

此外,无油压缩机技术作为一种环境友好型技术,整个过程不使用润滑油,是一款真正对未来绿色环保事业具有推动作用的产品。

文图/晓辰