



■ 本版撰文 本报记者 邢梦宇

编者按:首次针对小家电产品的补贴活动,在一片良好的市场预期中高调推出。一直以来,小家电产品都游离于公众视线、政策扶持之外。在补贴活动刺激市场之时,小家电生产企业更应专注“修炼内功”,提高产品生产质量,在政策惯性延续下,抢占市场先机。



专利拍卖招商公告

受权利人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“汽车的刹车、油门一脚同时控制装置(ZL201120411118.5)”的专利权进行拍卖。

该装置包括刹车踏板、踏板连杆及油门控制机构。采用该技术方案,使刹车踏板的面积增大,油门用弧形边在刹车踏板后面横向控制,因此在控制油门的整个范围内能够准确、快

速地做出刹车动作,这样不会错踩油门,刹车更迅速,增强了汽车的行驶安全,还能够在刹车踏板回位的同时,脚盘不左右移动,加大油门,恢复到刹车前的行车情况,起步迅速,驾车方便,提高了驾驶安全性。

详情可查阅我公司网站 www.jcbcpm.com,或致电 010-57110083 索取详细资料。

小家电惠民活动预热市场

“实际上,近年来政府对家电行业出台了一系列政策,比如‘以旧换新’以及针对节能产品的补贴等,但这些措施主要是针对彩电、空调、热水器等大家电推出的,小家电市场很少涉及。”中国家用电器协会(以下简称家电协会)会员部主任刘钊在接受本报记者采访时说。

近年来,处于公众关注热点之外的小家电市场,正在逐步释放“潜力”。

此次由家电协会发起号召,生产企业、大卖场联合参与的“小家电和厨卫电器惠民活动”赶在“金九银十”到来之前推出,实为提前预热市场。

据业内人士预计,小家电、厨卫电器专项补贴活动如果开展顺利,将带动相关行业约几十亿元的市场。

小家电行业潜力巨大

2010年,家电协会曾经对国内大中城市市民应用小家电产品情况做了一项调查。经过统计发现,大中城市平均每户家庭持有小家电产品数量为10个左右,而欧美发达国家平均每户家庭拥有小家电产品的数量在40个左右,差距可见一斑。

“虽然差距犹在,但同时也反映出国内小家电市场的消费潜力。”刘钊说。

尽管小家电市场发展迅速,利润空间巨大,发展前景诱人,但实际上由于行业内“杂牌军”众多,产品的利润空间不断收缩,已经到了价格战一触即发的境地。

“小家电市场确实有其特殊性,产品种类比较多,单个售价相对不高,政府如果给予补贴,实际操作起来确实多有不便。”刘钊在谈及开展活动的初衷时表示。

据家电协会提供的《小家电和厨卫电器惠民活动试行阶段指导原则》(以下简称《原则》)显示,首批参与试点的零售渠道包括国美电器、大中电器、永乐电器、黑天鹅家电、永乐思文电器、大同北方电器,生产企业遵循自愿原则。

“我们推出这次活动是有一定目标的。”刘钊说,“主要想从大力促进消费、推动产业升级、扩大品牌影响这三个层面取得实际效果。”

业内人士纷纷表示,这次惠民活动无疑是对国家补贴新政及时、有力的延展补充。

和大家电补贴资金来自财政拨款不同,小家电补贴活动的资金来自生产厂家和零售商,消费者称之为“自掏腰包”。

对此,刘钊认为确实如此。“由于各种因素的影响,今年小家电市场略显不振。协会方面先后收到一些会员企业的建议,经过和各大品牌生产商和卖场商议之后,决定推出此项活动。”刘钊介绍说。

同时,为确保活动的顺利进行,《原则》还对参与活动的生产及销售单位提出了严格的要求:生产企业原则上为中国家用电器协会会员以及自愿参加并遵守本活动规则的生产企业。企业必须严格遵守诚信原

则,为惠民活动提供符合国家标准和行业标准要求的小家电产品,并按照国家相关规定保证消费者在购买、安装和售后各个环节的利益。一旦产品出现质量问题,必须根据消费者要求无条件退换。如果发现违反相关规定,制造假冒和伪劣产品的企业,马上取消其参与资格;渠道企业要在产品定价、销售、补贴的各个环节严格遵守诚信原则,不得出现活动前突然提价、虚报价格、克扣补贴的行为,一旦出现违规行为,马上取消参与资格。

活动期间,协会还倡导参与活动的渠道商应积极做好店内宣传,明显标注活动原则和流程,并对参与活动的商品进行充分展示和介绍。

500元以上产品获补贴

根据《原则》,对列入范围内的小家电和厨卫产品实行最高10%的“价外返现”。

“我们建议厨卫电器类产品满1000元及以上补贴100元/台,小家电类产品满500元及以上补贴50元/台。具体每类产品的补贴金额,由参与厂商根据具体情况共同商定,以店面明示为准。”刘钊说。

针对这条标准,记者通过走访国美电器西坝河店发现,许多消费者反映获补贴产品售价不低于500元有点“高了”。

一位姓王的女士对记者表示,自己只想买一个普通的电饭煲,售价是347元,和补贴产品价格底线相比还有100多远的差价,“总不能为了这50块钱的补贴就买个贵的吧?不值。”

活动在厨卫电器类产品市场却也遭遇了另外一种尴尬。

众所周知,厨卫电器价格相对昂贵。记者就在国美卖场出售的厨卫电器产品算了一笔账,以抽油烟机为例,大多数产品的售价少则2000元,多则5000多元,产品平均获得的补贴为每台300元,在消费者来看无异于“杯水车薪”。

对于这样的质疑,刘钊有自己的看法。据她透露,对于补贴的额度和比例,协会方面也做了一番考量,“行业内部企业发展良莠不齐的情况一直存在。一方面产业升级迫在眉睫,另一方面,现阶段,国家家用电器的能效标准大多集中在大家电类别,小家电产品鲜有能效标准,因此没办法对节能产品作出界定。综合上述因素考虑,协会就把活动的范围划定在中高端产品,所以标准定得比较高,至于低价的小家电产品,厂商可以自行采取别的优惠措施。”

据了解,这一补贴活动是零售环节的补贴(即价格外补贴),与厂家、商家任何形式的促销活动无冲突,可以同时进行。

目前,国美电器还配合补贴活动,推出了可追加享受多重优惠的活动,即消费者购买产品可同时享受小家电补贴和店内其他促销优惠。例如,如果购买抽油烟机和灶具,这两种产品可以组合成套餐,在享受

套餐优惠价格的基础上,还能享受小家电补贴。

记者在卖场看到九阳牌的一款豆浆机售价为659元。柜台导购人员介绍,消费者如果购买这款豆浆机就可以享受小家电补贴标准里“小家电单品满500元及以上补贴50元”这一条,相当于只需要609元,并且还可以享受附送赠品的优惠。

随后记者在其他未参加补贴活动的电器卖场发现,同一型号豆浆机虽然也附送赠品,但售价均为659元,价位上没有任何优惠,并被告之这是全国统一零售价。

“从卖场反馈的信息来看,消费者购买小家电的频次远远高于大家电,而这次小家电补贴真正让消费者享受到实惠,一定程度上拉动了小家电、厨卫电器市场。”河北国美电器业务总监李智明说。

活动刺激市场

根据《原则》,活动的时间为8月10日至9月20日,共40天。这次的“企业版补贴”,似乎让人们看到了小家电市场回暖的趋势。但短短的40天,真的能令小家电市场走出“低谷”吗?

对此,业内人士普遍认为,在整个家电行业较低迷的情况下,推出小家电和厨卫电器的惠民活动是极有必要的,能够盘活整个家电市场,吸引广大消费者的关注,从而整体拉动小家电和厨卫家电的市场销量。

据国美电器反馈给家电协会的一份销售量统计表显示,活动开展仅7天,参加“补贴”的厨卫电器类产品销售额增长35%,小家电产品销售额增长21%。

据国美电器西坝河店小家电产品柜台人员介绍,一般情况下,夏季是小家电市场的淡季,除饮水机、风扇等能够保证一定的销量外,电饭煲等产品卖出的不多。

“然而,我们卖场参与补贴活动以来,这种情况有所改变。”她说。

对于活动在结束之后市场繁荣能否延续下去,刘钊则抱有否定的态度,“家电行业是一个竞争激烈的行业,我们协会希望尽量少采取‘补贴’的方法刺激市场。走出市场低谷,不能仅仅依靠补贴政策,企业应该多管齐下自谋出路。政策的实施会带来一时的繁荣,也相当于提前透支了市场需求,政策结束后企业还需要自力更生。”

她坦言,把补贴比例定在10%也是出于对企业原有的价格体系进行保护的考量。

有专家提出,发展电子商务已经逐渐成为小家电企业摆脱低迷的一条出路。

从2010年开始,很多小家电厂商就开始转战网络销售市场,将电子商务提上战略发展日程。

“我们已经成立了专门的电子商务部门,网络将是我们销售的主要战场。”九阳股份相关负责人表示,2011年九阳的产品在淘宝网上已经占据重要地位,今年企业已经将主战场转至电子商务领域。

补贴活动先行 企业完善售后是“王道”

针对小家电产品的补贴活动正在如火如荼地进行。但是,困扰行业发展的这个问题却不能因补贴活动的进行而消失。

加强监管 纾困售后服务

“我家有一台电饭煲坏了。原本准备拿去修理,但是一拿到小区维修点,老板开口就要150元,现在买一台新的电饭煲也不过300多元。家附近的回收站也不收电饭煲,没有办法,现在只好扔在阳台。”王女士在接受记者采访时说。

与王女士有相同经历的消费者不在少数。现在,小家电已是消费者家中的头号处理难题,一旦产品出现问题,要么找不到地方修,要么维修费用高的吓人,扔了可惜还污染环境,回收处理公司也不愿意收,摆家里又占地儿。

据中国消费者协会(以下简称中消协)投诉分析显示,今年上半年,全国消协受理的小家电投诉中,对于质量问题的投诉占73.7%。

中消协指出,近几年来,一些小家电产品做工粗糙、故障频发,消费者深感弃之可

惜、修之无用,很快沦为快速消费品。

眼下小家电补贴活动启动,似乎依然难以改变当前行业内部各种乱象。小家电维修环境一直差强人意,这大大降低了人们的消费意愿。当购买的产品出现问题,报修无门时,消费者就会对整个行业的售后都怀有不满情绪,从而影响到以后的消费。

对此,中国家用电器协会会员部主任刘钊表示:“消费者在购买小家电产品的时候,一定要购买那些做出售后服务承诺企业的产品,要到正规的维修网点修理产品。此外,国家工商和质检部门更应联合起来加大执法力度,为消费者创造一个良好的售后服务环境。”

借补贴东风 树立企业品牌

家电行业一直被认为是竞争最激烈、最充分的行业之一。虽然在国家的家电下乡、以旧换新、节能惠民等政策的刺激下,各个家电企业营业额取得较大增长,但行业整体利润趋薄是不争的事实。这直接导致企业营销推广活动经费少,终端推广力度不足,品牌升级缓慢、乏力。

然而,这一情况却并未出现在小家电行业。由于整个行业处于成长阶段,品类众多、家庭普及率低,其价格相对大家电来讲比较低廉,容易引起消费者冲动购买。

目前,小家电行业利润空间很大,基本能够达到30%以上。这为小家电的品牌打造奠定了基础。

据统计,全国的小家电企业有5000多家,但被人们熟知的品牌寥寥无几。在产品同质化、价格相近的条件下,消费者心目中的天平必将偏向有品牌、有实力的企业所生产的产品。这点从目前大家电的市场表现就能得到验证。

“此次参加惠民活动的企业大部分都是知名企业,其中包括方太老板、西门子、九阳、万家乐等国内一线品牌。这些家电企业都想借此机会,增加产品的美誉度。”刘钊说。

此外,她还表示,随着国际市场环境标准日趋严格,国家出台了一系列能效标准,安全节能环保小家电将成为产品发展方向,“品牌是企业持续发展的重要武器,我相信有实力、有品牌的企业会最终胜出。”