

# 细分电商价格战靠“拼爹”

并未盈利却敢于争取美国上市,虽然亏损却继续在拼低价中鏖战不已。在综合类电商价格战尚未完全落幕之际,细分类电商的价格战硝烟再起,而这些能够拼价格的,多数“背靠大树”,有个财大气粗的投资方或者母公司。

虽然经历了白热化的价格战之后,价格战几乎被电商公认无益于行业的长期发展,但目前处于“价值战”转型的电商,依然没有放弃价格战的阵地。

## 鞋类三国争霸:折扣+减价

在鞋类细分市场上,好乐买与乐淘一直双雄争霸,直到中途杀出个优购网,其背景是最大的鞋类品牌商百丽集团。

在好乐买与乐淘的争战今年趋于平静时,优购网宣布推出“春雷行动”,Nike、Adidas、彪马、匡威等品牌商品在现有4-7折的基础上再立减50元-200元,并且全场买400返400元。这一价格战初显成效,优购网首次日订单超过6200单。

在不挣钱的前提下还有余力进行大规模促销,和优购网的背景密切相关,这家企业由百丽国际和百度合资建立,而百丽在中国大陆拥有自营零售店14950家,国内女皮鞋销售额前10名中,有6个品牌属于百丽国际。此外,百丽还是国内最大、全球第二大的运动用品代理商。

## 家电销售:“夜店”再降20%

在3C、家电领域,竞争则更为激烈,京东商城、当当网、亚马逊中国都在卖家电数码不说,传统家电零售渠道的大佬苏宁、国美也纷纷在网店上发力,前者有苏宁易购,后者有国美库巴。

就在京东、当当、亚马逊中国对免费送货心有余而力

不足,纷纷宣布开始收运费时,易购和国美却因为依赖了苏宁、国美的全国仓储、物流、门面体系,继续保留“全场免运费”。而库巴网高管一面抨击电商价格战不理智,一面自己仍在价格战的大道上一路狂奔。该网站近日又推出每月一轮的“夜总惠”,活动期间将多款产品价格再向下调20%,一款32英寸液晶电视价格甚至不到1500元。

选择夜晚促销的不止库巴一家,当当网近日同样以“夜总惠”的称号进行大规模的促销。而京东商城的“夜黑风高”已然成为知名促销活动——在晚上秒杀低价商品,白天又恢复原价。

## 奢侈品:唯品会争上市

今年2月,细分类电商

网站唯品会向美国证券交易委员会(SEC)提交了上市申请。

值得关注的是,这家销售时装、护肤品、箱包、皮具、配饰、香水等高档商品的电商,2011年净亏损1.07亿美元。

与此同时,国内奢侈品B2C网站竞争激烈,走秀网、唯品会、耀点100、美西时尚、聚风尚、佳品网、全球优品、第五大道等网站近两年纷纷冒头,而唯品会仅处行业中上游,谈不上拔尖。

但业内分析人士称,这家网站成功上市的可能性并不小,其投资者是风投领域最著名的红杉资本和DCM,二者总计投资唯品会7000万美元,两家风投先后已将多家业绩并不抢眼企业送进了美国资本市场。

(张奕)

# 松下投影机借道三洋能否登顶

继索尼号称要成为中国投影机市场第一名之后,松下也不甘示弱,宣布今年要借道三洋跻身第一阵营,到2014年成为市场份额最大的投影机品牌。不过,一切都没那么简单。

## 欲借道三洋登顶市场

日前,“2012松下电器投影机媒体见面会”上,松下电器系统通信营销公司统括部长田中一树表示,2012年,将强化产品线和销售渠道网络,使松下投影机在中国的市场占有率达到12%,迈入第一阵营,到2014年整体市场占有率达到第一名。

松下2011财年遭受巨亏,预计净亏损额达到7800亿日元,创下日本制造业史上的最大亏损值。因此,松下在酝酿转型,在收购了三洋电机后,松下试图在三洋电机擅长的太阳能电池等新能源领域大展拳脚。

不过,对投影机等传统业务,松下同样自信满满。田中一树表示,松下将借三洋合并来扩大产品线和销售渠道网络。

据悉,在产品线方面,2012年松下投影机产品线达到60款,其中系统工程投影机29款,商教投影机31款。在销售渠道方面,松下也欲通过三洋来强化销售渠道网络,以此来攻略重点市场、开拓新市场。

## 跃居首位有点难

但这会不会是松下投影机“最后的战役”?

2011国内投影市场出货量为165.8万台。就是这么一个规模不大的市场却聚集了近50个品牌,各个品牌市场份额相差不多,除了前几名外,其余大都相差

不超过1个百分点。因此,松下要前进几名并不难。

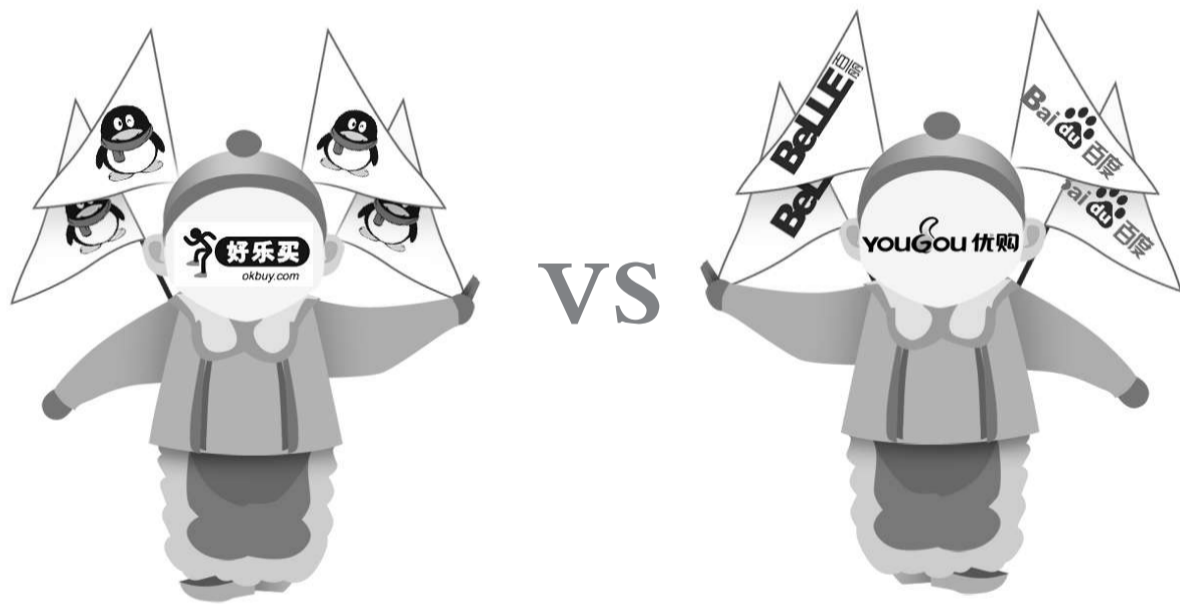
但要进入第一阵营却不是那么容易。根据互联网消费调研中心ZDC的数据,2012年1月份,明基、爱普生和索尼成为最受关注的前三品牌,松下仅排在第九位。

2012年的投影机市场上,各品牌也都来势汹汹。一直专注做投影机的爱普生打出了“细分市场,全面覆盖”的策略,明基则发布了2011-2012年度30余款新机种。更有宏碁、奥图码、丽讯等挡在松下前面。松下离第一阵营还有很长的路要走。

此外,近几年,投影机市场逐渐远离暴利行情,风光不再。投影机价格不断下降,由曾经的以万为单位下降到如今的以千为单位,投影机单机利润降低,渠道商对于投影机的销售严重缺乏动力。

虽然“利”被摊薄,投影机市场的“量”却在逐步增加。2010年,中国投影机市场出货量规模达到128万台,同比增长43.6%。2011年则达到165.8万台。

不过,伴随着市场规模不断扩大的是更多新品牌蜂拥而上,仅2011年就有ASK、卡西欧、LG、宜清光电等新品牌加入这个战场,市场竞争可谓日趋激烈。而这些都注定松下不可能大步流星、一往无前。总的看来,松下要靠一年的时间来跻身到第一阵营,三年的时间跃居首位实在是有点难。(刘兰兰)



新京报制图·郭宇

## ■ 卖场信息

## 大中电器彩电“紧急清仓”

北京大中电器将从3月2日起,开展彩电“紧急清仓”大型促销活动。大中电器负责人表示,活动期间,除了产品降价,还有彩电换新大补贴。此外,大中还将于3月9日发售电信版iPhone 4S。

据悉,此次举办的“彩电清仓”活动中,将全线降价,不仅国产彩电继续发力,合资品牌也加入到这场价格战中来。届时彩电品类全场满3000元送500元。另外,还将有彩电换新大补贴,购买40英寸以上平板电视享受100元补贴,购买50英寸以上平板电视享受200元补贴,购买60英寸以上平板电视享受500元补贴。此外,本次活动不仅有平板液晶的让利,还推出20款3D新品,

部分指定型号3D彩电最高降幅达30%。

北京大中电器3C通讯部负责人表示,大中电器已于第一时间获得电信版iPhone 4S的渠道首销权,将于3月9日开售电信版iPhone 4S。

据悉,电信版iPhone 4S为机卡分离型,可使用UIM卡。在国内仅支持中国电信的CDMA网络,在国际及港澳台漫游时可支持GSM/WCDMA网络。有16G、32G、64G等版本并有黑、白两种颜色选择。合约分为两年期和三年期。目前发售的最高套餐包含1590分钟通话,180条短信,3000兆流量。消费者办理相应套餐最低只需1099元即可购得电信版iPhone 4S。(刘兰兰)

## 国美启动通州大兴区域营销

面对今年家电行业的需求低迷,家电零售业正企图依靠对区域市场的深耕细作,博得销量的稳步增长。日前,国美电器入驻通州10周年感恩庆启动仪式在国美通州九棵树店召开,与此同时,国美电器入驻大兴区15周年大型促销活动也正式启动。

据了解,自2003年国美在通州开出第一家家电卖场后,目前,北京国美已有九棵树店、新华大街店、通朝大街店、管庄店等4家卖场,占通州家电市场份额的6成以上。此外,其在大兴区目前也拥有6家卖场。此次进驻通州10周年和进驻大兴15周年感恩庆典,北京国美推出购物满额送钻石、免费单反相机、

联合家电厂家打造“抢购会”等一系列促销手段。

同时,活动中,北京国美推出节能补贴专区,在北京节能补贴的基础上,联合供应商共同让利,如一款1P空调,节能补贴+国美补贴+供应商补贴,合计补贴400元;一款合资40英寸彩电,三重补贴近900元。

北京国美总经理宋林在接受采访时表示,此次活动是京城家电连锁业首次尝试大规模区域深度营销,“北京的家电市场现状是,传统连锁卖场只占到了整体市场的60%左右,而剩余的40%则被其他渠道占有,从这个数据可以看出,在现有市场中,依然有很大的潜力有待北京国美挖掘。”(刘兰兰)

## 苏宁刘家窑桥店本周末开业

北京苏宁斥巨资打造的超级店——刘家窑桥店将于本周末迎来正式开业。苏宁表示,开业除超级买赠、会员积分十倍翻、来就送精美好礼外,苏宁重金投入的全品类特价机阵容也将同步亮相。

据了解,苏宁刘家窑桥店的购物环境更为舒适,门店采用全开放式出样,同时引进大量生活家居类用品,还延伸了3C配件类产品、OA办公产品,便于消费者一站式购物。

苏宁开设苹果专区,为果粉一族提供包括电脑、播放器在内的全系列苹果产品;给更多摄影爱好者及单反发烧友提供更专业、更专业的数码产品。同时,门店还将引进各大运

营商,为消费者办理入网、充值等综合服务。

据透露,针对刘家窑桥店的开业,苏宁推出了包括来就送好礼、超级买赠、会员积分十倍翻、节能补贴等在内的多重优惠举措。

苏宁电器采购部相关负责人称,“以彩电为例,合资32英寸液晶一款1999元放量特卖,先锋55英寸3D电视节能补贴特惠10299元,同时,包括伊莱克斯、美菱、惠而浦、美的、海尔在内的冰洗品牌也推出了海量特价”。苏宁表示,3月2-4日顾客在苏宁刘家窑店购买彩电、冰洗、空调、厨卫、生活电器品类还可额外享受十倍积分大礼。(林其玲)