

“青年节”消费火爆! 五星电器3C爆款满足“年轻客”



“你们今天放假了么?”“半天假期怎么过?”在5月4日当天,关于青年节“今天你有半天假”的话题居高不下。出去玩时间太短,在家宅着又太可惜,那不如外出逛逛商场,好好享受“年轻人的专属时光”吧!据五星电器透露,在青年节当天,五星电器3C产品将为年轻客群送上专属大礼,门店内苹果、华为、三星、OPPO、vivo等品牌联合让利,将新品、爆款及特价机型“一网打尽”,另外还推出1万张

价值50元现金券免费领活动,该券限3C产品和星格玛商品使用。

记者在当天走访五星门店发现,相比较以往周末的大家电专区人头攒动,工作日当天3C产品专区的人竟也不在少数,且其中年轻客居多。价格上也是非常吸睛,比如说,苹果产品在以旧换新价格高于市场价的基础上,可再多抵50元;华为P10(4+64G)只要3788元,华为WACTH2通话版手表仅售1988元。值得一提的

是,五星门店已经开启三星S8/S8Plus预约通道,预存100元享价值1000元礼品包。

另外,在5月4日至5月10日期间,五星电器在官方微信“五星电器5Star”推出“有格博物馆”小游戏,消费者只要集齐博物馆内神秘3张“星卡”,即可领取50元优惠券一张!购买满1000元以上3C产品或星格玛产品,该券可用于直接抵用。

“90后及以后的年轻人对黑科技产品非常感兴趣,炫酷的VR特技、3D游戏展厅、潮爆时尚的运动装备以及跳舞的智能机器人等,这些都是我们门店的“吸客”优势。”五星电器3C负责人表示,了解年轻人的喜好是满足这类消费群体的基础,而优质的门店体验也是购物的前提。

该负责人表示,五星门店的定位是一个好玩的场景化一站式购物场所,在这里,消费者可以现场体验各种产品的功能,购买来自世界各地的新奇产品,也可以参加门店定期举办的诸如厨艺课、亲子互动、咖啡讲座等比较具有生活情趣的活动。



海尔:已确定新增1500万套空调产能

4月28日,青岛海尔发布了2016年度报告和2017年一季度报,已确定将新增1500万套空调产能布局,这意味着中国空调行业格局充满新的未知变数。业内人士认为,这一消息为整个资本市场向好的前提下青岛海尔的未来成长增加了有力砝码。



■“扩产能”是偶然中的必然

俗话说,冰冻三尺,非一日之寒。业内人士分析,青岛海尔突然释放空调扩产能的信息,必定此前已有充分的论证与战略规划,由于年报并未透露更多信息,但可以从青岛海尔对空调产业整合后发生的显性变化进行分析,可以从中看出其中的必然性。

青岛海尔白电业务自2012年整合之后人事、业务等都发生了巨大变化,具体到空调产业来看,当初确定的路径的思路就是走一条差异化的道:不追求规模的扩张,而是致力于空调领域的科技发明来造福人类,然后通过获取用户的认可再反过来推动产能规模的扩张。

海尔空调的科技之路也在过去的5年得到了充分的发展。2013年初,海尔空调团队与21万网友充分交互,推出了原创性的圆形机身空调——帝樽,其竖向出风口可以带来更多送风模式,还能远程遥控、智能检测除甲醛和PM2.5等,引发了行业争相跟风,也得到了用户的

广泛认可,市场上每卖10台圆形柜机有4台是海尔帝樽空调;同年10月,海尔空调团队与67万网友交互创新出了“风洞”空调——天樽,其“风洞”外观及“空气射流”技术,实现了空调出风凉而不冷,解决了长久以来的空调病难题,在高端空调市场占有率达69%,被美国权威媒体誉为古埃及的“方尖碑”。如今,海尔的智能自清洁空调又因为“会洗澡”而被行业集体跟进。

2012年至今已过去5年,海尔空调在科技创新的道路上走出了自己的道路。在互联网时代的影响下,海尔智能空调一直处在迅速增长的阶段,近两年来已经向市场输出400万套智能空调,居行业首位。据欧睿国际发布的数据显示,2016年海尔智能空调占据23%的市场份额居世界第一,远超第二、三名之和。面对智慧、高端的消费趋势,海尔空调现有产能不能满足更大规模的用户需求,扩产能由此提上日程,这也是海尔空调科技创新发展的必然结果。

■“扩产能”的实施路径预测

青岛海尔新增1500万套空调产能的具体实施路径是什么?其实,扩产能

通常的路径就是现有产能的释放与新建基地。如果新建基地,就会有1年以上的产出周期,因此,青岛海尔会先从现有工厂着手提效,并同步筹建新的互联工厂。

据青岛海尔内部人员透露,除了对现有工厂精益求精、互联升级外,海尔还将在通过合肥、武汉等新建工厂,增1500万智能空调产能,满足海外和智能产品的上升需求。通过智能空调的引领,未来5年成为空调行业的第一,为全球用户带去高增值、高效率、高柔性、高品质的智慧、健康空气解决方案。

业内人士认为,从产业角度来看,海尔空调扩产能宣告了传统空调时代的结束,并为智能空调加速市场化普及注入了新动力,此外,这也验证了海尔空调联合用户拼创新的思路得到了市场的认可,空调行业正从“规模为王”转向“科技为王”的新格局。从资本市场角度来看,海尔空调扩产能的目标和清晰路线图也为资本市场评估提供了有力参考,将显著提升资本市场对海尔未来发展的信心。

(中国家电网)

一季度大家电延续高增长 小家电喜忧参半

一季度家电行业基本面表现稳健,上市公司总体延续业绩高增长态势。从细分领域看,受益于消费升级,大家电企业依旧表现强劲。其中,厨电业绩增速最快。而小家电企业分化较为明显,出口型小家电显著复苏。

业内人士指出,一季度家电行业整体营收延续高增长态势,主要受益于空调产业底部反转、前期房地产市场销售良好,外加原材料价格回落三大因素。二季度受房地产新政影响,家电行业整体或将回归相对平稳的增速,部分子行业尤其是龙头企业的高景气度仍将延续。

预收账款大增35.98%

同花顺统计数据显示,家电板块58家上市公司一季度共实现营收2366.72亿元,同比增长30.23%;实现归属上市公司股东净利润143.46亿元,同比增长13.42%;整体预收账款同比增长35.98%至399.71亿元。一季度家电行业业绩表现好于预期。

龙头企业利润仍维持较高水平。白电行业,格力电器一季度营收同比增长20.46%至296.82亿元,归属于上市公司股东的净利润同比增长27.05%至40.15亿元;黑电行业,TCL集团一季度实现营收253.70亿元,同比增长8.42%,净利润为4.48亿元,同比增长71.86%。此外,厨电行业中的老板电器和小家电中的苏泊尔净利润增幅分别为54.28%和33%。

预收账款方面,一季度末家电行业整体预收账款同比大增35.98%至399.71亿元。从子行业情况看,表现最好的是厨电和白电行业,一季度末预收账款同比分别增长53.79%和37.64%,显示出这两个子行业后续需求较强;相比之下,黑电和小家电的季末预收账款同比增速相对较弱,分别为30.26%和1.57%。

小家电行业分化明显

小家电行业则是喜忧参半。油烟机两家龙头企业老板和华帝的业绩增幅均较为可观,一季度净利润增速分别为54.28%和60.88%;而万家乐和惠而浦的净利润均有下滑。不过,出口型小家电企业复苏趋势明显。

中金公司认为,大家电出口首先复苏,小家电出口也明显改善。新宝股份、苏泊尔、美的集团出口增长速度向好,今年一季度这些企业普遍实现增收增利。

据中怡康数据,一季度家电市场销售总规模是3809.78亿元。其中,空气净化器累计销售60.10亿元,同比增长47%;空调零售额累计销售333.77亿元,同比增长35.73%;洗衣机156.46亿元,同比增长6.21%;彩电零售额累计销售376亿元,同比下降12.48%。市场销量的整体表现好于预期。

“厨电领域的产业结构升级趋势明显,一季度线下高端塔型产品的零售额较去年同期上涨4.5%;大吸力产品的零售额同比增长12.2%。”奥维云网厨电行业分析师告诉中国证券报记者,“在消费升级、高端大牌渠道下沉、成本上涨等因素的综合影响下,预计低端杂牌将大量被洗出局,主流品牌集中度将进一步提升,产品结构将向性能更强、功能更丰富的方向发展。”

厨电、白电、小家电类上市公司对上半年业绩做出相对积极的预测。厨电领域的华帝股份表示,“高端智能厨电”品牌效应日益凸显,渠道进一步下沉与拓展,新上市产品高端化、智能化符合用户需求。公司进一步降本增效,毛利率及净利率进一步提升,预计2017年1-6月,归属于上市公司股东的净利润上限增长60%至2.47亿元。小家电行业的苏泊尔表示,在炊具及小家电行业回暖的背景下,公司保持整体规模稳定增长,预计1-6月归属于上市公司股东的净利润同比增长30%至6.12亿元。(刘杨)

