



品质消费 体验经济 场景营销——“五一”家电卖场 现新趋势



“五一”小长假是每年上半年家电零售市场的关键促销期。今年“五一”期间，传统家电零售企业纷纷主推中高端商品、大打体验牌以及构建“场景营销”，希望通过实体门店的转型升级来营造“卖点”、招揽顾客。

“价格战”、低价促销是家电零售市场多年来的一大特色。特别是在近年来电商网站的冲击下，传统家电卖场面临考验。在此形势下，以苏宁、国美等为首的线下实体店开始加大调整展示商品的种类，增加中高端产品，以迎合当前消费升级潮流。

记者在上海的中山公园苏宁易购云店看到，该店在今年“五一”前夕刚刚变身为“品质家电综合馆”，店内所展示产品全部为中高端产品。苏宁相关负责人称，当前中高端家电 3C 商品在门店呈现上扬趋势。以上海市场为例，价格在十几万到二十万之间的大尺寸彩电，两万至五万元左右的冰箱、洗衣机，两万到十万区间的家用中央空调，以及八千至两万元区间的嵌入式厨卫家电等都在门店大幅增长。

在国美和永乐的销售场内，大尺寸、智能家电在今年“五一”大促中同样唱主角。据永乐总经理孙徐海介绍，现代家庭对生活品质要求的提高，催生了大屏幕彩电、大容量冰箱等市场需求的暴涨。同时，网络智能成为市民采购家电必选功能，无人机、扫地机器人、高端家用咖啡机等也成为市场新宠。

从目前家电 3C 产品消费市场来看，家电线下消费中高端趋势明显，越来越多的消费者重视线下体验。门店体验也是传统家电卖场的一大优势。

今年“五一”期间，无论是苏宁还是国美、永乐，都争相大打“体验”牌，消费者除可以现场体验家电用品外，还能够近距离接触电子机器人、VR眼镜、体感车、平衡车等诸多新潮商品。

“体验经济”被视为家电卖场抵御纯电商冲击的一大筹码。今年“五一”前夕，永乐将位于上海漕宝路的门店改造成“智能舒适家体验馆”。和传统家电卖场不同，新的门店把传统家电零售和智能家居结合起来，通过现场展示、体验、教学等，为消费者带来新型体验式卖场。预计2017年底，永乐将在上海开拓智能舒适家体验门店23家，全面打造传统家电零售连锁新模式。

为增强用户现场体验感受，自去年以来，苏宁、国美、永乐等传统家电卖场还在全国重点城市的核心门店进行新场景改造。通过各种生活场景的打造，在今年“五一”小长假期间，传统家电卖场既展现了中高端商品特性，增强门店体验功能，同时也推动以场景化为源点的组合购买成为家电消费新趋势。

在专家看来，“五一”家电零售市场变化的背后，充分反映出当前我国家电消费需求正向高端化、智能化、个性化消费升级。正是围绕需求本身发生的显著变化，需求满足方式和销售渠道也迎来巨大的趋势性变化。

中国商业联合会、中华全国商业信息中心近日发布报告指出，随着我国消费品市场呈现出“新消费、新零售和新生态”的特征以及消费者消费心理的日趋成熟，零售商将来一是应对消费升级趋势，增加多样化的服务

业态，提供更多高质量的刚需商品；二是针对消费圈层化特征，明确品牌定位，培育忠实的消费群体；三是积极利用科技，带给消费者新的体验，提升企业运营效率等。（新华社记者高少华）

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32372

