疯狂的厨电消费市场

超高利润率下的诱惑

近段时间来，不论是各大卖场大力促销厨电，或是各大品牌的集中发力，都让厨电市场成为了家电行业的焦点。广阔的市场前景和行业的高利润率使厨电业迎来了火爆的发展。卖场此起彼伏的促销以及动辄万余元的整体厨电组合，让这个行业显得愈发“疯狂”。



厨电成卖场“重头戏”

入春以来，市场逐渐迎来装修的旺期，不论是新居装修还是旧居重装，厨房电器作为必备电器已经成为消费者关注的重点。而各家卖场均看准这个机会，加大了厨电产品的促销力度。

走访市场发现，各大家电连锁卖场都将厨房电器作为促销的一个重点。网络资料显示，在北京等一线城市，还有家电卖场将国家以旧换新的补贴政策延伸到厨电产品上，推出了“厨电以旧换新”活动。除此之外，老板、方太、华帝、樱花、海尔等厨电品牌均推出了买烟机赠灶具的活动。

据调查，一些厨电品牌除了参加传统的直降活动，厂家和卖场还为抽油烟机、灶具、消毒柜、洗碗机等产品提供补贴。

业内人士分析，依靠卖场集中火力的促销手段，厨电产品在开春迎来了销售旺季。厨电以旧换新活动，除了体现了行业对家电以旧换新政策的呼唤，更为卖场赚取人气，加速了厨电产品升级。

产品高端化成趋势

家电行业中，通过推出高端产品来获得高利润率已经成为企业众所周知的有效途径。时尚、智能、变频等元素无疑为产品增加了附加值，使高端产品为企业带来了高利润。近几年，为了满足中国消费者对外观和吸力上的双重要求，高价位的欧式外观中式吸力以及侧吸式油烟机的热卖，更增强了厨电企业发力高端市场的信心。

《2011年厨卫家电消费趋势报告》中指出：近年来，越来越多的消费者开始关注高附加值产品，这也带动了行业内产品价格的大幅提升。以抽油烟机为例，千元以下的产品很少受到消费者关注，2000元以上的产品占据主流，消费者对万元以上的油烟机的选择逐渐增多。

调查数据显示，厨电行业的迅速增长均源自中高端产品的拉动。2010年油烟机行业零售量同比增长3.4%，欧式油烟机与近吸式油烟机的增速分别为2.8%和100.7%，平顶式和深罩式则分别下降11.4%、14.4%。同时，欧式和近吸式油烟机共同占据油烟机市场61.7%的零售量份额，比2009年提高了7.9个百分点，嵌入式燃气灶则已完全成市场主流产品，占据78.6%的市场。

高利润率的“诱惑”

与家电卖场普遍看好厨电的态度一致，各大家电企业也纷纷开始拓展厨电业务，究其原因自然是厨电产品让人难以抗拒的高利润率。近年来，长虹、美的、海尔这些在各自行业占据着强势地位的家电品牌，也纷纷将触角伸向了厨电战场。

由于中国厨电业起步比较晚，发展的空间巨大，近年来厨电销量以每年35%的速度飞速增长，而高达30%的行业平均利润率甚至已经远超欧美同行。和多数传统大家电5%-10%的利润率相比，厨电行业的高利润率显然具有极大的“诱惑”。

然而如今品牌丛生的厨电市场，使产品质量和品牌信誉都面临考验。面对中国厨电行业丰厚的利润，不论是传统的厨电品牌、还是跨界而来的企业、亦或是国际上知名的厨卫品牌，众多企业抢滩登陆的景象，让人不免想起同样拥有高利润率的小家电产业。小家电产品质量问题频现、以及无休止的价格战致使知名家电品牌落马的警铃犹在耳边。如今面对厨电行业利润的诱惑和火爆的市场，更需要企业冷静思考稳步发展。

2011家居装修风格四大风向标

每一年家居装修风格都会有一个流行趋势，都市情怀、自然风情、复古朔源、奢华无忌成为2011年流行风向标。

风向标之一：都市情怀

进入21世纪，众多年轻的初次置业者的出现，为这种风格的产生注入了动力。年轻人刚刚买了房子，很多都囊中羞涩，受财力所限，人们开始通过各种各样的形式来强调已经“装修”的观感，其中大量使用明快色彩就是一种典型的例子。人们会在家居中大量使用各种各样的色彩，有时候甚至在同一个空间中，使用三种或三种以上的色彩。

风向标之二：自然风情



20世纪90年代开始的装饰热潮，带给人们众多的装饰观念。市面上大量出现的装饰杂志让人们大开眼界，以前大家所不敢想象的装饰手法纷纷出现在现实的设计中。尤其是大家看惯了红榉大量使用所造成的“全国装修一片黄”的装饰现象之后，亲近自然也就成为了人们所追求的目标之一。

风向标之三：复古溯源

随着众多现代派主义的出现，国内又兴起了一股复古风，那就是中式装饰风格的复兴。国画、书画及明清家具构成了中式设计的最主要元素。

风向标之四：奢华无忌

家居装修大多追求的是较为豪华富裕的风格，业主们要求把各种象征豪华的装修风格嵌入家居装修之中，例如彩绘玻璃吊顶、壁炉、装饰面板、装饰木角线等等，而且基本上以类似于巴洛克风格结合国内存在的材料为主要装饰方式。

居然之家全城比价 重磅回馈

如果您装修过房子，“先行赔付”这一家居建材流通行业的服务口号您一定是耳熟能详了。早在12年前，为了保证消费者的权益，居然之家就在同行业中率先提出并实行“先行赔付”制度，即居然之家对市场内商家的经营活动承担连带责任，当消费者在居然之家的消费出现质量或服务问题时，由居然之家先向消费者赔付。

由于市场上的一些商品和价格“鱼目混杂”，加上家具、建材市场本身属于议价市场，那么去哪个市场购买，侃价水平就决定了消费者购买的结果，而居然之家作为全国第一个被评为五星级家居建材商场的企业，为了更好地为消费者服务，帮助消费者打消购买价格的后顾之忧，一直秉承着“同一商品，同一价格”和“七天内差价双倍返还”的价格承诺，这项政策也实行12年了，一个承诺了12年的服务政策已经不能从简单意义上去理解，它不仅代表了一个企业的精神和灵魂，更多的是代表了居然之家将实实在在的优惠带给广大消费者的决心。

何谓同城比价：在居然之家全国35家门店共同庆祝“先行赔付”和“同一品牌，同一价格”政策实施12周年之际，居然之家合肥店特别承诺：全场入驻品牌全城比价，差额四倍赔偿，意思是消费者于3月12日-3月31日期间在居然之家商场内购买商品，即同一个品牌、同一个规格型号的相同商品，居然之家的承诺成交价都不会高于其他同类市场和超市，如果发现价格比其他市场或者是建材超市高，消费者凭着在居然之家的消费购买凭证与其他市场的有效购买凭证、《销售合同》或机打小票来居然之家，会得到差额部分四倍的赔偿，而且还会因价格监督受到奖励，被赠送小礼品。

此次居然之家推出的“全城比价”的目的也在于此，就是要让消费者享受到实实在在的价格优惠，购买到和心里预期一样满意的商品，并享受合肥同类市场最舒适、优雅的购物环境和五星级服务，居然之家将用实际的行动来履行对消费者的承诺。

宽阔的徽州大道，多路公交。伴随和煦的春风向南一路驰骋就可以来到位于合肥市滨湖新区徽州大道与紫云路交叉口往东200米的滨湖世纪城居然之家。乘快速公交1路、18路、26路、60路公交均可直接到达。先行赔付，全城大比价，优惠没商量。让我们一起踏着春天的旋律去居然之家品味时尚的家居潮流吧！