

苏宁业绩下滑 品牌价值减弱

线上业务将被边缘化

苏宁业绩欠佳，股价下挫，有两方面的原因，一是整体经济环境的影响，二是新生力量的冲击。苏宁线上和线下的矛盾就是业内所说的“左右手互博”，此举严重损坏了上游的供应链格局，而且近来苏宁易购的售后服务被投诉很多，在一定程度上影响了消费者对于苏宁这个品牌的价值力。

有消息称，苏宁集团董事长兼总裁张近东35亿参与苏宁电器定增，当即浮亏42.9%。苏宁电器发布的上半年业绩快报显示，归属于上市公司股东的净利润17.44亿元，同比下降29.49%；总收入471.91亿元，同比增长6.69%。

电商冲击是苏宁电器业绩下降的主要原因。苏宁解释称，2012年上半年企业发展面临内外部的挑战。一方面，外部宏观调控政策继续推进，家电市场受到一定影响；另一方面，苏宁开始搭建新的业务架构，更加注重成本效益的考核分析，短期内公司效益实现有一定的压力。

作为应对电商冲击，苏宁决定推出线上线下同价。据悉，按照苏宁易购方式的双线同价的方案，苏宁线下实体店电脑PC产品的价格将向线上看齐，也就是实体店电脑及配套产品的价格将有一定的下调。

中国电子商会副秘书长陆刃波在接受采访时指出，苏宁线上线下同价，在当前来说是行不通的，因为价格是由供求关系来决定的，不是由苏宁一家决定的，并且苏宁对手很多，市场份额的竞争很激烈，线上线下同价是不可控的。

苏宁受大环境影响和对手冲击 业绩下滑，品牌价值减弱

苏宁易购是近一年来苏宁主推的业务，进入4月后反而加大资金投入，似乎并未受到现金流紧张的影响。然而数据显示，苏宁易购上半年仅实现销售额52.8亿元，并未达到预期的60亿元，显示大力促销的效果不够理想。而这连累了苏宁。

苏宁为了挽救苏宁电器实体店的销售业绩，推出线上线下同价。对此，IT评论人士杨世界告诉记者，线上线下同价有助于苏宁易购简化内部流程、为消费者灌输对等价格消费观念。

苏宁股价大跌除了受传统行业市场疲软因素之外，还有其电商平台的软硬件部署等因素的制约。苏宁打造线上线下双管齐下之策，表面上看很完美，但是其内部却属于线上线下互博之势。

中国电子商会副秘书长陆刃波认为，造成这种情况跟大环境和竞争对手冲击有关。“前几年电商高速增长是非正常的现象，钱不是挣来，而是抢来的。比如，家电方面的盈利增收不是本身带来的，而是靠政策

补贴带来的，外部刺激占有绝大部分。目前，大环境不好，经济疲软，不论是资本市场还是消费市场都不景气；另外就是，许多新的电商的涌现挤掉了一部分市场份额。在这种情况下，苏宁等难免会出现负增长。”陆刃波说道。

杨世界称，苏宁线上和线下的矛盾就是业内所说的“左右手互博”，此举严重损坏了上游的供应链格局，而且近来苏宁易购的售后服务被投诉很多，在一定程度上影响了消费者对于苏宁这个品牌的价值力。

苏宁易购高额营销成本未奏效，恶性竞争或致边缘化

最新电子商务研报显示，天猫、京东、易购、亚马逊、当当等五家公司列为B2C（Business-to-Customer）的缩写，其中文简称为“商对客”）市场的主要角逐者。而苏宁也正与对手陷入最激烈的价格战之中，利润被高昂的营销成本侵蚀。

苏宁易购方面巨额的营销费用，已经造成苏宁电器的盈利水平

下滑。公告表示，在费用方面，公司为提升苏宁易购的市场份额，加大了针对线上业务的各项投入，包括广告宣传、促销等。从线上广告、户外广告、报刊杂志、电视广告，到选秀节目赞助，苏宁易购的广告随处可见。

价格战方面也是愈演愈烈。苏宁易购曾放言，“苏宁易购会连续掀起低价风暴，主要目标就是要干掉京东！”对当前来说，也没有更好的办法。“苏宁易购大力投放广告，持续发力价格战，只能说对于当前来说是比较有效的手段。”陆刃波说道。

杨世界认为，苏宁易购大力投放广告，可能有两方面原因。一是通过巨大流量变现，获得商业盈利；二是通过巨大流量获得消费者对于苏宁易购品牌的认知力。然而，从目前来看，这两个方面都未实现，长此以往，苏宁易购会被边缘化。

面对业绩倒退，如何调整，如何平衡线上和线下，成了当前苏宁需要解决的问题。实际上，这个问题已经谈论了很多年，可是依然没有定论。

（摘自《IT商业新闻网》）

“双十一”， “老实”点好

“双十一”如今已经演变成为一场电商的促销大戏。如果要拿这次大规模的集体促销跟上一波8月15日的“价格战”相比，电商们显得“老实”了很多：一是“口水仗”少了，没有了大佬们自当代言人的公开“约战”，在依然铺天盖地的促销宣传中，多了几分务实；二是虚高的价格少了，虽然仍然有为了促销“明升暗降”的情况，但之前被商务部公开点名批评的“价格欺诈”明显少了。

看起来，似乎情况在朝着更健康、更完善的电商环境方向发展；实际在某种程度上，这也是对于8月15日“价格战”的一种纠正。

单看8月15日的“电商大战”，简直就是一场不折不扣的“草莽约架”，试图称王称霸。这种贯穿了“成王败寇”惯性思维的做法，能把所有的电商都逼疯了。为了达到目的而出现价格欺诈、过度竞争等现象，就非常好理解了。尽管从竞争的层面看，电商们在快速发展下的确会出现“不是你死，就是我活”的局面，目前正在出现“大吃小”等方式的整合，但从商业本质上说，过度滥用的价格战和不择手段的市场竞争，不如回归有序的自由竞争更能让多方共赢，从而创造出一个合理、和谐的电商生态。

所以说，电商们“老实点”，其一就是要市场更规范点，在近些年驶入“快车道”的电商发展中，改善各种不完善之处，特别是要整合好线上的购物便利、物流配送、售后服务等各种关键环节；其二则是要更理性一点，沉得住气，守得住江山，广东人所推崇的“闷声赚大钱”是非常可取的。

无论如何，电商只是一种形式，应当回归商业本质。厂商要遵循经济规律行事，更需要有符合规范的市场管理、监控机制。由此，网民们才能真正享受网购的快感，也才能更放心地享受网购所带来的便利。反过来，这对谁都有好处。

（黄启兵）

“潮”系新婚家电盘点

树叶遮挡身体的半裸婚纱照，以自制易拉罐圈代替戒指，在珠穆朗玛峰上体验一回藏式婚礼，以此拉开重走青春的序幕，80后的结婚主张是不走寻常路。凭着对时尚的敏感度，在结婚家电的选择上，80后的年轻一代也一定要拥有最流行的设计，最前沿的科技。无论是注重外观设计的新潮，还是注重功能的“前瞻”体验，量身定制的“潮”系家电组合一定让你全方位享有新婚家居体验。

小清新设计

冰箱满足你的艺术范

80后的文艺夫妻对自己的生活有一套自己的想法，看似“随意”，却

在细节之处彰显其“艺术”品味与对生活的主张。

在文艺夫妻的家中，一款艺术感极强又带些小清新味道的冰箱，绝对是厨房的主角。其清新丰富的细节，淡雅清秀的色彩，立刻为文艺夫妻的新家诠释出一股清新的艺术风格。伊莱克斯携手欧洲著名设计师JuilePaterson，共同打造了融合了东西方美学文化的“欧雅柳韵”艺术冰箱。中国传统柳树元素的加入，让原本平淡无奇的冰箱顿时充满了艺术气息，其巧妙地将北欧绘画风格与中国传统元素搭配在一起，中西合璧，秀外慧中。另外，“欧雅柳韵”艺术冰箱特有的中间变温室宽幅控温，可以在-12℃到+8℃之间进行任意的温度调节，能为每种食品都提供最佳保鲜温度。智能变温室，多段自由选择，满足有点“作”的文艺青年们对食物口感的要求。

聚集幸福感

智能电视感受知性幸福

除了文艺，“潮”系家电同样也寄托着幸福和温暖。如今，随着智能电视的诞生，使我们对电视的应用已由传统的“看”电视完成向“玩”电视的转变。一款大屏幕的智能电视不仅能够为客厅增色不少，更重要的是，通过“玩”电视，让年轻夫妻彼此亲近，提升幸福感。同方TM3000电视就是

这样一款有爱的电视。基于Android4.0系统强大的核心动力，同方TM3000实现了电视与手机、电视与电脑、电视与平板间的互联互通多屏互动功能。搭载了Google智能网络浏览器，方便用户在网络冲浪时浏览更多、更丰富的网络资讯。内置的无线wifi不仅能灵敏地收集信号，抗干扰性强，还可有效减少网线所带来的室内凌乱感，令家居环境简洁大方。同时，清华同方42TM3000系列电视还给未来的家庭小成员做好了准备。其人性化地针对幼儿设置了“星星国”电视社区，童趣味十足，有利于儿童创新思维的养成，不仅如此，内置的清华云教育模块还将清华附属中小学随堂课程纳入其中，并涵盖了学前教育及成人教育的内容。

婚后也型男

剃须体验创新升级

对于刚成立新家庭的80后的丈夫而言，成为集完美个性、自我突破、自信魅力、体贴顾家于一身的“型”男，才是一个好男人。飞利浦SensoTouch臻锋3D系列至型版电须刀，能够同时满足剃须和理容的需求。这款电须刀引入了可精准修剪胡须、须茬、短须造型的可替换卡入式造型器，并且革新性地实现了剃须刀和理容造型器的自由转换。值得一提的是，该款剃须刀头采用了飞利浦迄今为止最先进的剃须系统——3D智能贴合系统，该系统可无缝跟踪使用者的每一个面部轮廓，搭配升级精确的剃须刀头和顺滑剃须系统，能剃掉每一根须发，从0.5mm到5mm的五档长度调节，照顾到了从胡茬到鬓角的各类面部毛发，可随心打造理容效果，为男士带去臻锋极致的剃须效果和百变的理容体验。

（光耀）



家用电器 不能长时间 超负荷使用

干燥寒冷的冬天，很多家庭开始使用电器取暖。消防部门提醒：冬季，居民要特别注意用电用火安全，家用电器切忌带病工作，不能长时间、超负荷使用。

初冬时节寒气逼人，加之风干物燥少雨，一些家庭会选用电热毯、电暖气、小太阳等电器取暖，导致用电用气大量增加，由于使用方法不当或器具本身存在质量问题，极易引发火灾。

消防部门提示：一定要购买正规合格的家用电器，使用前要仔细查看标志和说明，一旦家用电器出现故障，要及时维修；不能让电器带“病”工作；家用电器通电使用时不能离人，不能超负荷运行；少用暖气、电吹风、电熨斗等取暖设备烘烤衣物，使用时操作人员不要轻易离开；在建筑工地、库房和员工宿舍等场所，不能使用电炉、电暖气等大功率取暖电器；严禁使用明火取暖。

家庭应该添置哪些消防器材？消防部门有关人士介绍，一般家庭可配备手提式灭火器、消防过滤式自救呼吸器、强光手电，有条件的家庭可配备灭火毯、救生缓降器等。广大群众可根据家庭成员数量、建筑安全疏散条件等选购消防器材，并仔细阅读使用说明，熟练掌握使用方法，提高家庭自身扑救初起火灾和逃生自救能力。

（新华）