

4 营销渠道 Marketing Channel

渠道经典

京东启动空净节 领先渠道凸显品牌聚合优势

5月14日,首届中国空气净化器产业年会暨“5·13京东空净节”启动仪式在北京举行。主办方工业和信息化部赛迪研究院联合GFK捷孚凯市场咨询(中国)有限公司发布了《中国空气净化器产业消费趋势报告》(以下简称《报告》),对中国空气净化器产业的现状和发展趋势做了详尽权威的解读。本次年会上,中国家电协会领导、清华大学的专家、主办方领导还和京东小家电采购总经理吴科宁一起共同启动了“5·13京东空净节”。根据《报告》显示,2014年空气净化器线上市场零售量超过200万台,零售额超过35亿元;线上市场的零售额占到整体市场的比例已经达到53%,首次超过线下。

作为新兴的家电品类,空气净化器在爆发之初就站在“互联网+”的风口,使得空气净化器线上市场得以迅速起飞。《报告》显示,京东的空气净化器销售额占到整体线上渠道的45.8%,成为空气净化器线上渠道的绝对领先者。凭借先进的销售理念和立体渠道优势,京东已成为空气净化器行业的市场晴雨表。

主流平台:彰显品牌聚合能力

从空气净化器线上市场销售情况来看,作为最主要的销售平台,京东的销售额占比达到45.8%,成为线上渠道的领先者。《报告》显示,区别于业内其他商业模式,京东的自营电商模式更考验企业的渠道合作能力及品牌号召力。除受到国内品牌的青睐外,外资高端空气净化器品牌同样积极争取这块蛋糕。

以霍尼韦尔为例,其Air touch空气净化器去年年底在京东商城以低于原价1000元的优惠价格开始抢购,取得了非常好的销售业绩。京东商城相关负责人表示,由于运营成本更低,加之大批量采购的成本优势,京东可以提供最优的产品价格,相比传统渠道有着非常大的优势。

由于众多品牌入驻,空气净化器在线市场不断涌现众筹、情感营销等新的营销方式。去年9月,三个爸爸儿童专用空气净化器在京东众筹平台上线,一个月内筹集了1122万元,成为了国内首个千万级众筹纪录,这对空



净在线市场的发展会产生不小的促进作用。

互联基因:搭建线上优质平台

伴随国内电商平台的物流等售前售后体系的完善,促使品牌厂家的销售渠道实现了跨越式飞跃。《报告》显示,京东等线上零售企业不受场地限制,可以为消费者提供海量的产品选择和一站式的服务,空气净化器厂家和商家更具有互联网思维。同时专家也认为,作为小型家电产品,空气净化器产品本身适合线上销售,这被认为是空气净化器线上市场得以起飞的重要原因之一。

三个爸爸CEO戴赛鹰在空净产业年会上表示,在物流上,线上零售企业比如京东,背靠强大的物流配送网络实现快速的送货上门。线上零售企业为消费者提供便捷的支付方式,甚至还提供货到付款,其在售后方面有着非常好的保障,消费者只需要上网做简单的操作或者一个电话,就有快递员上门安排退换货,打消消费者的购买顾虑。

与此同时,以京东为代表的电商平台在网购体验和售后服务方面的提升也加速了空气净化器的推广和普及。值得一提的是京东对售后服务进行全面升级,推出30天价格保护,30天产品质量问题可退货,180天质量问题可换货

政策,让消费者得到实惠的同时更提供了无忧的售后服务,该举措得到消费者的广泛认可。

智能趋势:成为智能硬件中枢

《报告》提到,2014年是中国智能家居的元年,大多数家电厂商将智能化作为主攻方向,推动了智能家电整体大爆发。基于此,京东凭借着做3C产品起家的优势,正努力将各个品牌的智能硬件产品接入JD+体系中,通过打通不同品牌和产品之间标准和协议的壁垒,成为智能硬件的控制中枢。夏普中国副总裁酒井功在空净产业年会上宣布,搭载京东智能芯片和“京东微联”超级App的夏普智能空气净化器即将登陆京东商城。

2014年,京东智能硬件全年出货订单量接近一千万件,销售额同比增长280%,智能产品在售数量从数万上升到数十万,聚拢了业界最全的智能产品和品牌,成为中国最重要的智能产品渠道。同年8月,“京东智能”正式成立,迅速建立了开放而完整的智能生态体系。2015年3月,京东智能正式发布JD+新政策、智能硬件趋势报告,并推出智能家居套件新品,明确提出未来三年将为上百家企业提供孵化、加速以及智能解决方案落地服务的目标。

(中国经营网)

渠道实战

白云山九州通 拟共建医药云商网上卖药

王蔚佳

5月14日上午,广药白云山集团、九州通集团、赛柏蓝三方在上海宣布联合投资布局移动互联网医药云商——三方拟共同投资设立独立法人实体“医药云商公司”,以推进、完成系列云商项目的落地、实施、推进与发展,并将公司发展成为创新模式的医药移动互联网运营公司。

目前,广药在最新的中国医药工业序列中排名第一,九州通是中国最大的民营医药物流企业,而赛柏蓝则是医药行业订阅数和影响力最大的公众平台。

据第一财经日报报道,三方合作将重点将“微商”升级为“医药云商”,即通过医药云渠道建设,将医药生产商所生产的产品与医药电商伙伴的战略合作,归拢线上渠道,实现线下传统医药分销网络与线上医药电商分销网络的互联互通,包括线下的批发、分销、仓储、配送,线上的自营网店平台、第三方平台、微商等各类可实现有效销售的销售端有效覆盖,形成云仓储、云配送、云分销、云服务,达到医药云渠道全覆盖医药云终端。

“白云山出品,九州通有网上销售的资质,而赛柏蓝高质量的活跃20万用户可以转化为未来最具含金量的平台用户基础。”中国医药企业管理协会副会长、赛柏蓝首席顾问牛正乾接受记者采访时透露。

他进一步解释说,医药云渠道建设指生产商所生产的产品通过与医药电商伙伴的战略合作,有效实现线下传统医药分销网络与线上医药电商分销网络的互联互通,包括线下的批发、分销、仓储、配送,线上的自营网店平台、第三方平台、微商等各类可实现有效销售的销售端的有效覆盖。

据了解,三方最先合作的品种是广药白云山集团白云山和黄中药的“白云山铁玛”等系列产品,这一产品也是其医药云渠道中创新销售模式的核心产品。

合作中,广药白云山集团主要提供符合国家标准的产品(包括但不限于白云山铁玛)供医药云渠道销售,是医药云渠道建设的产品生产商;九州通提供医药电商渠道分销网

络资源,实施白云山铁玛等系列产品销售的结算、配送等,作为医药云渠道建设的分销商;赛柏蓝提供实施白云山铁玛等系列产品销售的医药领域的相关粉丝资源和基于微信移动互联网技术条件下的移动入口,作为医药云渠道建设的营运商。

中国医药物资协会关于中国医药电商的研究数据显示,目前我国网上药店2011年销售总额不足4亿元,2012年增长到16亿元,增速达400%;2013年39亿元,增速也超过200%,发展潜力巨大。

在项目推进过程中,还将借助线上、线下资源,启动“众创”计划,即在国家提出的“大众创业、万众创新”下,创造低门槛落地医药行业的创业、创新,推动更多的人通过项目参与。

事实上,今年2月,白云山曾宣布与九州通旗下电商平台“好药师”正式结成首份“云渠道”战略合作协议,将白云山“中药伟哥”的“铁玛”产品的销售放在好药师平台,双方将会会员、供货、预算费用等资源进行深度交叉支持。

而白云山曾公开表示,预测这一产品预计在未来几年内将形成5-10亿销售,并成为其旗下主力产品。

除上述投资项目签约以外,14日上午,广药白云山集团、九州通集团、赛柏蓝还就具体的首个云商项目合作进行了签约仪式——项目涉及广州白云山和记黄埔中药有限公司“白云山铁玛”产品经销的“云渠道、云终端、O2O、微创业”等一揽子创新商业模式打造。

“相比其他行业,医药行业的互联网发展是整体滞后的,但是发展速度却是很迅速的。”昨日,中国医药企业管理协会副会长牛正乾向记者表示,医药电商的政策红利正在快速到来,整体行业发展将在未来两三年内实现爆发。

公开数据显示,美国网上药店的销售规模已经占到整体销售规模的30%左右,这一数据在日本、欧洲则分别为17%和23%,而相比之下,中国不足0.5%的数字显然市场潜力巨大。

李光华 ——最受企业欢迎的书画名家作品精选



书画家李光华

李光华 LIGUANGHUA

李光华,陕西岐山人,从艺四十多年,初拜西安美术学院教授、山水画家杨建先先生学习传统国画。2006—2011年先后结业于中国美术家协会山水画高研班、中国艺术研究院中国美术创作院研究生课程班、清华大学中国画高研班,师从满维起、郭怡琮、张复兴、梅墨生、白云乡、曾先国、吕云所、韩敬伟、刘怀勇等名家。

现为陕西省美术家协会会员,国家一级美术师,高级国画师,中国企业报道艺术资本理事会副主席、中国企业报道艺术资本顾问、中国国画艺术研究院副院长、中国国际艺术家协会艺术顾问、中国书画艺术研究会理事、中国国画家协会常务理事、中国书画家协会理事、中国美术研究会研究员、中国国际现代艺术研究中心高级研究员、中央民族大学继续教育学院书画院特聘画家、中国西部名流文化艺术交流中心副主任、陕西省山水画研究会会员、陕西各界书画院画家、陕西书画院画家、西安市山水画院画家、郑州中原书画院客座教授。

李光华作品曾多次参加全国书画展并获奖,并被“中国收藏”杂志、“中国书画报”、“美术报”、香港“凤凰周刊”报、“陕西日报”、“中国信息报”、“陕西书画报”、“文化艺术报”登刊发表。作品曾多次在中国军事博物馆以及在广州、上海、深圳等地展出;在北京、西安、宝鸡、甘肃西峰等地举办个人画展多次,作品“青山滴翠”被美国华裔收藏。出版有《李光华山水画作品集》等三集。

2014年作品受中国企业报道邀约参加《最具收藏的书画名家作品鉴赏》并颁发荣誉证书。

2014年应邀参加《向企业重点推荐的百强书画名家》中国企业报道、中国经济网、企业家在线、中国名企新闻网等媒体共同报道。并颁发荣誉证书。

2014年应邀参加由中国文化促进会书画艺术委员会举办的,“第三届中国创新艺术家提名展”分别在北京水立方,在广州画院美术馆展出。

第四届“艺术水立方”杯国际书画大展、第三届中国创新艺术家提名展。

李光华作品点评:

他惯于直抒胸臆,作品无脂无媚,画面中群峰耸立,层峦叠嶂,有着天地间的古朴苍茫、悠远旷古,即视感扑面而来。他的作品古意与新境并驾,南势与北韵齐驱,有强烈的时代感与创造性。他是李光华,一位振笔苍茫抒胸襟的山水画家。

2015年应邀参加《特邀最受欢迎的双十大人民书画家献礼全国两会》由中国企业报道、中国网、人民网、光明网、新华网、中国日报网、中国财经网、凤凰网、中国经济网等众多媒体共同报道。并颁发荣誉证书。



《锦绣山河》(局部)尺寸:



《烟云锁秋山》尺寸:



《闲居翠谷闻瀑声》尺寸: