

市场容量饱和家电卖场发力电子商务 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/236/2021\\_2022\\_\\_E5\\_B8\\_82\\_E5\\_9C\\_BA\\_E5\\_AE\\_B9\\_E9\\_c40\\_236255.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/236/2021_2022__E5_B8_82_E5_9C_BA_E5_AE_B9_E9_c40_236255.htm) 经过“开店战”的快速市场争夺之后，家电卖场的市场容量已经饱和，家电零售巨头们又不约而同地瞄上了电子商务这块蛋糕。日前，苏宁电器宣布将通过电信旗下的门户网站“互联星空”开拓网上电器销售市场；国美则斥资千万元建成国内家电零售业最大的呼叫中心，负责国美与全国220多个城市的消费者之间的信息交流。业内人士表示，电子商务或将成为家电零售业新的利润增长点。日前，苏宁电器宣布与中国电信展开战略合作，通过电信旗下互联星空开拓网上电器销售市场。据介绍，此次苏宁和互联星空的主要合作内容为联合向消费者提供网上电器购买等综合服务，届时，互联星空平台上将开设“苏宁电器”频道，消费者可登录该网站购买如空调、电视、小家电等多类家电产品。无独有偶，就在苏宁和电信联手的前一天，国美电器耗资1000万元在北京建成的“信息呼叫中心”开始运行。在国美信息呼叫中心里，座席员只要输入北京一位消费者的电话，消费者家庭住址、购买商品的品牌和型号、送货预定时间以及近期家电需求等信息就能够立即显示在电脑上。而国美集团总裁陈晓接受采访时表示，国美呼叫中心除了日常用户回访、接待解决用户意见外，另一个重要作用是用户收集分析、根据用户需求进行定向新品推荐。“网络卖场将是一种很有竞争力的新渠道。”业内专家表示，由于家电产品在线交易的特殊性，存在单笔交易金额高、产品信息更新慢等问题，所以消费者选择网购家电会十分慎重

。他认为，苏宁、国美等家电巨头目前投资电子商务很大程度上是一种培育未来市场的行为，短期内不会带来明显的效益和利润。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)