

家品換購受捧 逆市旺銷

市道低迷，家品換購卻受消費者歡迎。億世通經常與零售點合作推換購，近月實用貨品銷量不跌反升，兼多接禮品採購定單，本年初，營業額較去年同期升30%。

■本報記者 馮穎欣

商業脈搏 打開報紙，經常見到億世通在便利店換購產品的廣告。開業約15年的產品代理商億世集團，其行政總裁許慶於專訪指，集團業務包括產品換購及八達通錶銷售等，腕錶不是必需品，已明顯見銷量持平，升幅不如預期。

家電廚具換購 未受累海嘯

「換購家電、廚具等業務卻無負面影響，如無金融海嘯，相信增長更快。」他直言，目前消費心態是「找平貨買」，「去年底亦曾擔心，因當年金融風暴確令業績倒退，今次海嘯影響則較小，或因災區不在東南亞，心理衝擊較實際大。」

去年投資環境不理想，億世通銷量同期卻逐步上揚，去年農曆年間曾有39元靚盅單日售3,800個；近月凡實用產品，如水滾後自動熄掣的電熱水壺、有線電話等，普遍月售2、3千個，突出的產品更賣逾5,000件。

較市價低兩成 刺激消費慾

他坦言，產品暢銷因入貨量大，換購價較市價低20%至30%，可刺激消費慾。「採購

量以貨櫃為單位，中間亦跳過批發，兩個因素已令換購價平一截。」億世通現與快圖美、7-Eleven等逾800個零售點合作，如7-Eleven就以憑報紙換購券換購。

他提到，換購計劃變相為零售商帶來額外人流：「換購的廣告多過旅行社，每月報章廣告約10款，曝光率高，省卻店內推銷人手。也因是雙方合作，不是單方上架，對方能提供優惠合作價。」

許氏續說，銷量大才能支持龐大廣告支出，今年全年廣告預算較去年增逾20%，金額以千萬元計。

這種銷售模式，背後需靠年度計劃及有效系統存貨：「每星期都以電腦覆檢存倉情況，今次賣不完，產品便留待另一檔期，故與零售商不能只做單次合作。對手不明白，生存期僅2至5年。」

年初生意佳 全年料增15%

他笑言，貨倉存貨多，亦造就商機：「好景時，零售品牌做贈品推廣，採購量均逾千上萬件，當時廠家會爭單；現時市況不好，品牌宣傳更頻密，規模卻縮減至數百件，集團勝在隨時能查倉供貨，這類定單近月每月均接3、4單，單價由數萬至逾10萬元，單量是海嘯前的2、3倍。」

去年百物騰貴，許氏最擔心廠方加價，要內部吸收成本漲幅，「現時廠方不敢加價，對業務有利。今年初，營業額已較去年同期錄得30%增長，預期全年增幅將介乎12%至15%。」



換購活動為零售店帶來額外人流，而價錢大眾化的產品亦易於銷售，令億世通及合作零售網達雙贏局面。(陳靜儀攝)

億世通換購分銷竅門

| | |
|--------|---|
| 貨源 | <ul style="list-style-type: none"> 採購版圖廣，可購得最新產品 購買量大，令進口價降低 貨品多元，包羅實用品及休閒玩意 |
| 分銷 | <ul style="list-style-type: none"> 直接分銷，售價低於市價 與多個零售連鎖店合作，有別單方要求上架 合作屬年度計，可分段清售存貨 以大型廣告代替人力促銷 以電腦系統監測存貨量 |
| 現時選貨準則 | <ul style="list-style-type: none"> 實用為主，如電鬚刨、電熱水煲 平價玩意，如數十元的靚盅及養海星 |

資料來源：億世集團



留家用膳成趨勢，德國寶的廚具銷量亦錄得升幅。(陳靜儀攝)

斥逾千萬賣廣告 德國寶增曝光率

「廣告價錢也較以前便宜，集團計劃斥資逾千萬元，於未來3個月內推廣廣告攻勢。」經營家電及廚具的德國寶集團，其董事長陳國民表示，減價已成必須的策略，但消費者仍有很多選擇，廣告推廣則可幫一把。

德國寶去年年銷額較2007年仍增20%至30%，近半年生意亦未呈跌勢，尤其是廚具用品。他以光波爐為例，每月銷量維持逾2,000部，今年首季銷量較去年同期還升逾30%：「這廚具愈多人知，便愈多人買；現在更多人在家用膳，也是銷售增長的原因之一。」

冷氣機按摩器 優惠套餐出售

陳氏指，品牌過往推廣不停，令生意較少受市道影響；現時宣傳費更划算，同一筆投資，曝光率能較以前多50%至60%，故近月推出千萬元推廣計劃，3個月內在多份報章賣廣告、冠名贊助電視節目等，既為提高銷售，也為將來市況回復後的業務鋪路。

品牌推廣計劃內容，包括介紹產品優點及送禮優惠，並把焦點放在最新冷氣機型號，把產品與按摩器捆綁成優惠套餐，冷氣機獲85折優惠，而禮品價值由396元至1,780元不等：「禮品具一定價值，可提升品牌形象。」陳國民預計，宣傳計劃將可促銷5萬至6萬部冷氣機。

星晨旅遊 MorningStar
誠信 · 品質 · 創新

積極創新 · 品質至上
香港唯一旅行社同時榮獲
國際質量管理標準 ISO 9001:2000 超級品牌 Superbrands

至潮至新

北海道

日本迷Ayu
而家唔使\$7,000就可以跟星晨去北海道，食好住好，仲可以睇埋正宗日本櫻花！

札幌、登別、函館夜景、浪漫小樽 5天溫泉直航團

- 熊牧場(包入場)及伊達忍者時代村(包昂貴入場費)(即日起至31/5出發)
- 特別安排乘吊車登上函館山觀賞被譽為世界三大夜景之函館夜景
- 特別安排漁民風味餐於祝津小漁港「青塚食堂」、北海道三文魚蟹鍋、豐富自助餐及日式海鮮鐵板燒

贈送 函館-五稜郭

新鴻基地產代理租務總經理馮秀炎(左)指，apm翻新後將繼續其潮流路線；右為動畫創作人陳宇峰手持為商場設計的角色「多多」。

(陳靜儀攝)

apm 4千萬翻新 搞創意創業講座

