



站在楼上,看着汹涌的人群,刘昆兴奋得像一个顽皮的孩子,7月14日这天,国美电器进驻安阳的第一家卖场——国美安阳彰德路文化宫店开业,受到了安阳市民的热力追捧和青睐,这让刘昆多少有些意外。

## 国美领跑是国美的主题

新任总经理刘昆认为:河南国美的势头目前是最好的

### 连开3店,河南国美进入快速发展

当日早晨8点多,国美文化宫店门前排起长龙,闻讯赶来购买电器的市民蜂拥而至,挤满了安阳最繁华的彰德路。店内,空调区、冰箱区、小家电区、彩电区、3C区人头攒动,付款台、咨询台前都围满了人,许多人都拿着国美广告或DM单按图索骥。

“国美带来的会员服务、30公里免费送货、安

装调试到位、电话回访、不满意就退换和3倍差价补偿等服务工程,受到了安阳消费者的普遍赞赏,开业当天就吸引了一大批消费者成为国美会员,短短3天时间销售达600万元,这就是国美的魅力。”刘昆自豪地说道。

这仅仅是河南国美强力扩张的第一步,随着7月28日国美安阳二店拱辰广

场店、国美电器大学南路店的开张和重张,国美在刘昆上任的20天之内,连续开出了3家大店,几乎等于一周一家新店开业。

“这仅仅是一个开始。”刘昆表示,下半年中,国美将在郑州市内开出4-6家新门店,在二线城市开出7家新门店,“所以可以说的是,河南国美正在经历历史上发展最快的时期。”

### 客户第一,国美新帅解读全新策略

刘昆认为,作为国美系统的老分部,河南国美要想获得更大的发展,就要打“创新牌”,通过营销模式、内部整合以及队伍的自我完善,实现“资源最大化、市场最大化以及消费者利益的最大化。”而这其中的核心在于国美所倡导的“客户第一,服务终

端”的理念。

“国美出售的商品物美价廉,而其服务也正受到越来越多人赞誉。所以,国美今年把重点放在了服务质量的提升上,提出‘客户第一,服务终端’的经营理念。”刘昆表示,消费者不仅能在国美电器买到称心如意的

商品,还能享受到上乘的服务品质,这是国美未来所追求的目标之一。而和永乐的双品牌竞赛,则是实现这一目标的保障之一。

市场人士指出,目前在物流、服务和差别化经营等方面,各家电连锁企业的优势尚不明朗,竞争

### 特色促销,明天打响新的市场攻势

刘昆为自己的工作定下了4个目标:“加强对市场的扩张速度,形成和厂家的互动营销模式,进行更顺畅的沟通以及量化卖场和促销手段。”而明日,国美电器大学南路店的重张,将成为他对这4个目标的预演。重装修过的大学店颇有几分刘昆的

风格:布置一新的国美大学南路店,空调、彩电、冰洗、手机、电脑、数码、厨卫等专区均采用专业设计,高档装饰材料进行了系统升级,并将各个品类专区重新进行了科学划分,完全按照国美星级卖场店标准进行全面提升改造。刘昆介绍说,这是国美已有店面

系列改造升级的一个重要步骤,此次重装,要在经营规模、服务标准、消费体验、营销模式、购物环境上,把大学南路店打造成明星家电类商品大卖场,巩固河南国美省会市场的战略布局。

“2007年以来,国美在继续快速攻城略地的同时,

大大加快了已有店面的改造升级工作,将稳固现有店面经营作为2007年工作一个新的重点。此次大学南路店耗资巨资开展大规模闭店装修,使其从环境、商品、服务等各个方面达到一个全新的高度,将大大强化该店在郑州南区的市场核心地位。”刘昆说。

的杀手锏仍是“拼价格”,在同一条街上,卖场欲吸引对价格十分敏感的市民,提高经营业绩,势必引发价格战。在此情况下,规模效应是卖场竞争的最大资本,可发挥较强的议价能力,在短期内形成较大的价格杀伤力,争夺市场资源。

“2007年,国美和永乐在河南市场的占有率将达到80%,销售额将达到40亿元。”常城用这样一组数字来说明新国美集团在河南市场的强势地位,他表示,目前国美和永乐在全省有40多家门店,占据着市场的主导地位,而从去年7月正式合并至今,国美和永乐在河南市场不断上演联合操作的好

■链接

### 南区惊现家电超低价盆地 国美大学路店明日重张

7月28日,国美大学路店重张当天,进店前10名顾客购单件商品满998元,即可获赠300元全场通用优惠券;开业当日购单件满1000元以上的顾客,可凭有效发票和换购卡再获赠100元全场通用优惠券;7月28日至7月29日,国美厂商联手,在大学南路店“降”三伏,全场品类齐献礼,购纯平彩电送落地电风扇,购CRT数字彩电送DVD,购液晶数码相机或送液晶;全场CRT彩电购物满千送120元,凭当日购空调/冰箱/洗衣机发票,再次购平板电视产品可享受220元~3300元的优惠。

为庆祝国美大学南路店重张,国美郑州十店同庆,7月28日、29日两天超值豪礼逐级送。购单件满999元送剃须刀或150元优惠券,满2000元送饮水机或380元优惠券,满6000元送数码相机或800元优惠券;购买同品牌电器满一万元送15英寸液晶或2000元优惠券,满29999送20英寸液晶或3000元优惠券,5万元以上送笔记本电脑或价值5000元优惠券;7月28日至8月3日在郑州各店购笔记本电脑,满2999元送无线礼包,6000元以上送无线路由器,在郑州各店购空调,挂机立减150元~200元,柜机立减300~400元,购套餐机立减400~800元。



# 国美永乐合并一周年

成立国美河南大区 实行双品牌运作

□晚报记者 祁京/文 吴琳/图



## 大区 国美河南大区高调亮相

已经成功实现双品牌联合运作

在经过国美集团历史上第6次架构调整之后,国美河南大区总经理常城高调亮相,自此,从去年7月开始的国美和永乐的合并和整合正式宣告完成。“国美永乐ERP系统整合的完成,标志着国美与永乐整合的全面完成,这实质上是两个完全不同的业务体系的整合。”国美新闻发言人何阳青称。



### 从单品牌到双品牌

“国美河南大区的成立,标志着国美和永乐整合的成功。”

“2007年,国美和永乐在河南市场的占有率将达到80%,销售额将达到40亿元。”常城用这样一组数字来说明新国美集团在河南市场的强势地位,他表示,目前国美和永乐在全省有40多家门店,占据着市场的主导地位,而从去年7月正式合并至今,国美和永乐在河南市场不断上演联合操作的好

### 从竞争关系到竞合

“我们未来的市场计划是,在双品牌竞赛的基础之上,把竞争对手彻底边缘化。”

常城认为,河南大区的成立,实际上已经完成了新国美集团在河南的精细化管理与扁平化架构,而要在河南市场完成集团赋予的任务,必须推进双品牌的竞赛,同时将竞争对手彻底边缘化。“在我这块,主要是让国美和永乐进行竞赛,减少损耗,共享资源优势。”出身国美,又当过永乐的总经理,让常城更知道如何让双

品牌平衡地发展。

常城表示,国美集团在河南的发展战略已经由原来的“规模-发展-效益”,调整为“发展-效益-规模”。而河南国美大区的目标在于,通过对国美和永乐的精细化管理,并且通过以消费者为导向,为消费者提供更高性价比、更具市场竞争力的商品和差异化的服务等手段,进一步推动国

美和永乐的竞争。 “比如,河南大区会根据河南消费者的需求和特点,为消费者提供更多量身定做的产品以及100%获得上有企业新品的首销权,确保资源和价格力的竞争优势。”常城举例说,“这样一来,我们实现了资源的优化配置,而对于则完全被打到了边缘化的地步,这就是新国美的集团优势。”

## 永乐 庆祝加入国美集团一周年

本周将展开一周年庆典,力度超过黄金周

一年前的今天,丁宁还在山西国美的办公室盯着太原灰蒙蒙的天空盘算着何时能放假回郑州,而一年之后,当他以河南永乐总经理的身份出现在郑州家电业面前的时候,这个业务出身,同时兼具张扬和低调风格的总经理身上所呈现的,恰恰是永乐加入国美一周年后形成的独特风格。



### 合并一年,永乐市场份额继续扩大

丁宁介绍说,新国美电器集团正式成立之后,明确国美、永乐、鹏润三大品牌纳入新集团统一管理,成为新集团所辖并独立运营的家电零售品牌。“这次大会,是永乐加入新国美集团一周年后,永乐举行的首次媒体、供应商沟通大会,与会家电企业代表认为河南永乐加入新国美集团后,对整合和完

善河南流通零售资源,打造高效的供应链价值,更好地服务上游制造厂家,具有积极意义。”在“加入新国美集团一周年庆典”大会上,丁宁表示,由于永乐家电在河南市场拥有25家门店,占据绝对优势地位,通过这次会议河南永乐将在河南市场上展开大规模的庆典活动,继续保持在河南家电市场的领导者地位,并且在2007年下半年拥有河南家

电市场60%的市场份额。丁宁并非口出狂言,他的背后有着新国美集团的支撑。7月份,国美集团河南大区成立之后,仍然确保目前在河南地区并存的国美、永乐二大零售品牌相互独立运作,但是在在大区的指导下,独立运作。而这,则为一向以业务见长的丁宁和他的河南永乐提供了更好的操作平台。

### 动作频繁,永乐更显品牌优势

丁宁表示,永乐生活电器成功加入国美集团后,开展了一系列的新举措,通过10亿元彩电采购、平板电视评选活动、8亿元空调采购、全体供应商大会、空调服务誓师大会、空调年度评选活动,本着以利益共同体为原则,打造了河南家电市场的新格局,稳固了河南永乐的

市场地位。通过精细化管理,提升单店经营质量。推进集中采购项目,大幅度提高集中采购的比例。

在与供应商合作的过程中,本着利益共同体的原则,加强双方的强势、弱势地区优势互补。建立多层次的对话机制,增进互信,加深全品类的合作,继续在经营管理等方面进行开放式

战略合作,深入挖掘深层次的共享资源。相信在零售双方的共同努力下、精诚合作下,将会在国内家电市场形成和谐共生、可持续发展的良好供应链体系。

而为了庆祝河南永乐进入国美集团一周年,其将在7月28日启动“一周年庆典”盛大促销活动,该活动从28日开始

### 竞赛国美,永乐探索差异化之路

改变以往家电连锁店开店驱动型粗放增长方式,向以提升单店经营质量为目标,实现集约增长方式转变,以提升良性互动,通过门店经营品类、促销活动策略调整、融合,有效地使两个品牌在本区域差异化经营,形成有效的优势互补。通过一系列的变革,

区域的市场占有率的同时,奠定双品牌在行业中的龙头地位。”丁宁对未来永乐的的市场地位做这样的解释。

业界人士分析认为,成功合并后的永乐生活电器,充分发挥其现有的规模优势及网络优势,在河南家电市场一举拿下六成的采购

订单,在采购成本上充分体现1+1<2的优势,在效益上实现1+1>2,实现了资本利益最大化,从而最大程度地集约了家电产业的资源,加强了产销的专业化分工,客观上为消费者带来了更多质优价廉商品,因而受到消费者的追捧也是情理之中。

### 河南永乐 购买家电产品比平时低5%~30%以上

今天,河南永乐生活电器高调宣布,将于7月28日拉开河南永乐加入新国美集团一周年华诞序幕,辉煌一周年庆典活动将在万众瞩目中拉开帷幕。

据河南永乐有关负责人介绍,此次永乐周年庆典依然会秉承永乐一贯“低价普及中高端产品”的经营理念,此外,7月28日至8月3日期间,消费者在河南永乐旗下12家门店购家电,可享受丰厚的礼品回报。彩电、空调、冰箱、洗衣机、电脑、厨卫、手机、数码、小家电九大品类全线参与疯狂买赠,如消费者买一定金额,即可获赠不同等级的超级大礼,最大的礼品是“液晶电视”,而且,买得越多送得也越多,如果您是一个精明的人,28日可以到永乐看一看,您自己亲自算一算,买得多到底划不划算!除了全场活动之外,各个产品都有自己独特的活动,买空调送移动DVD,买冰箱、洗衣机直降,购三星柜机空调送MP4等,赠品让人眼花缭乱。近日在永乐卖场看到赠品已堆积如山,而卖场内的喜庆布置,则让置身其中的消费者感到了节日的气氛。据了解,此次大规模促销力度以及促销资源将全面超越五一黄金周水平。

■链接