

筹备成熟商圈核心店,创造新销售增长速度

世纪联华新框架初见成效

长江路与大学路交会处的河南世纪联华长江路店已经成为了南区新的消费热点,开业1个多月以来,这里已经超越世纪联华碧波园店,成为新的核心门店。

2008年对于河南世纪联华来说是超越自我的一年,超越已有的经营规模,超越发展模式,甚至超越过去的经验,成为其最直接的选择。 晚报记者 祁京

发展超越

同比增长20%的销量,标志着世纪联华发展的提速

“离2008年上半年结束还有一个月时间,我们前5个月的营业额同比增长20%。”河南世纪联华营运总监任琳说,这样一来,河南世纪联华不但在联华系统内增长率名列前茅,而且在郑州的超市行业中也处于领先地位。而根据有关部门关于超市销售的统计数字,河南世纪联华一直高居超市类的第一名。

在任琳看来,河南世纪联华还大有潜力可挖,“我们去年的增幅在23%左右,这样的增长速度在全国范围内都是惊人的。”而这则是在CPI持续上涨的大背景之下,“加上我们碧波园店附近一直在改造,客流总量其实是同比下降的。”但是这样不利的因素之中,河南世纪联华依然能够取得不错的业绩,得益于卖场商品品牌得到了前所未有的优化组合,使整个品牌结构更趋合理化,更符合消费需求,更具竞争力。“比如我们的‘整件更优惠’活动,不但让客户得到了真正的实惠,还提升了我们的客单价。”任琳举例说。

而继碧波园店、经三路店、汝河路店、天旺店成功开业之后,位于郑州西南区域的第五家店长江路店顺利开业,则成为河南世纪联华上半年最漂亮的一场“战役”,不但直接提升了世纪联华的销量,而且为世纪联华社区核心店的模式做了探索。



模式超越

“核心商圈店”和“超市百货化”并行,是世纪联华在模式上的突破

任琳介绍说,世纪联华的发展蓝图是在未来3年内实现郑州10家门店的规模,形成以郑州为中心,辐射全省的规模优势。长江路店的开业,预示着世纪联华已经拥有了5家门店,发展目标已经过半,其余项目也已进入了实质的谈判阶段。“我们年内在金水区和二七区各有一个项目,正在紧张的谈判之中。”对于这两家新开门店的不同之处,任琳表示,成熟商圈核心店将是世纪联华未来开店的首选。

这样的转变多少让业内有些惊讶,在外界看来,善于核算成本的河南世纪联华并不会轻易进入租价相对较高的成熟商圈,而更愿意自行开发商圈。目前的经三路、碧波园和长江路等门店周

围,都是因为世纪联华的进入才成为商圈的。而选择主动进入成熟商圈,则被看做是世纪联华发展模式的一大突破。

任琳表示,世纪联华虽然对成本有严格的核算,但更重视的是新开门店的成长性。随着郑州各家超市跃跃欲试的新开门店热潮,世纪联华抢先进入一些成熟商圈,对于稳固其市场地位有着积极性的因素。

而这样的跳跃式发展,和世纪联华已经推行一年多的“超市百货化”一起,成为其发展模式上极大转型的标志。多种发展方式的探索,也为未来几年世纪联华在河南的进步提前做好铺垫。

爱心超越

更好地履行企业职责,是本土化运作的河南世纪联华的必然选择

而对于本土化运作的河南世纪联华来说,发展的最终目的还是要落在更好地履行自己的社会责任之上。汶川大地震发生之后,河南世纪联华发起了“捐一天工资,捐一天利润”的公益活动,短短一天之内就募集了20.42万元。

对此,任琳表示,从某种意义上讲,企业用爱心承担社会责任,也是在尽一个中国人的义务,但这

次捐款不仅仅是时间短,员工积极性高,捐款数量多,而且它饱含员工对灾区同胞无限的爱和关心,希望能够为灾区同胞尽一点微薄之力。

“捐款的那一天,一位拉煤的工人到我们门店捐款,他不了解别的捐款形式,但就是相信世纪联华能把自己的捐款送到灾区人民手中。”任琳有些动情地说,这就是世纪联华在郑州消费者中心目的地位。

树责任海尔 做企业公民

时下,发生在四川汶川的特大地震,不仅引发了众多企业爱心捐助的热潮。同时也引发了全社会对“企业公民”命题的关注。

近年来,海尔作为中国家电业龙头企业,积极投身各类公益、慈善事业,勇担社会责任,向全社会交上了一份“企业公民”的满意答卷。

累计投入1937万元爱心支援灾区

行动迅速,广泛动员,全方位援助是海尔此次爱心捐助四川灾区的几大特点。

四川汶川大地震发生后,海尔集团启动“重建家园”计划积极参与抗震救灾,首批捐助1000万,记者获悉,近日海尔集团再次向灾区捐赠的1000部具有超强信号和超长待机功能的手机已经发运灾区。截至目前,海尔集团“重建家园”计划已累计投入1937万支援灾区重建。

海尔“重建家园”计划包括首批向中国红十字基金会捐款700万元直接用于灾区援建工作;从成都、重庆、长沙、襄樊、贵阳、武汉派出的6支海尔救援小分队,为灾区群众送去帐篷、方便面、水、被子等,以及从青岛发灾灾区的1000部手机,共价值156万元;通过商务部为灾区群众提供150万元家电补贴;向灾区捐赠了价值100万元的血液保存箱和药品保存箱;向灾区捐赠价值100万元的药品;海尔员工自发捐款157万元;党员主动交纳特殊党费74万元;5月23日,海尔集团再次捐款500万元支援灾区重建。

海尔集团首席执行官张瑞敏表示:“这次灾难,使全国人民更加紧密地凝聚在一起!我们始终认为企业的捐助根本不是单方面的,不只是我们在捐助灾区;灾区群众对灾难的那种坚强,也感动和激励着我们。所以,我们绝对会使我们的企业更加紧密地凝聚在一起,提高竞争力!”

全球的海尔 爱心的海尔

事实上,“爱心的海尔 责任的海尔”一直是海尔秉持的发展理念。在“非典疫情”、“印度洋海啸”等特大灾害面前,在希望工程、新农村建设等扶贫济困的活动中,人们总是会看到

海尔的身影。据不完全统计,海尔集团用于社会公益事业、对口支援帮扶、扶贫救灾助残,以及用于公益事业的物资价值达到5亿余元。

海尔集团奉献爱心、回报社会的信念也渗透了其庞大的经营体系。在河南市场,海尔十分注重将自身发展融入到创建和谐中原的时代洪流中,以此在广大中原消费者中树立“真情海尔,根植中原”的品牌形象。近年来,海尔慷慨解囊,相继开展了针对贫困大学生、农村消费者、福利院孤残人员、希望工程、城市贫困下岗工、省红十字协会造血干细胞工程等多项爱心援助活动,所有这些爱心公益活动获得了社会各界的广泛好评。

作为2008北京奥运赞助商,海尔近年来在弘扬奥运精神,传播奥运文化上更是不遗余力。在河南市场,海尔积极与省内外各相关单位协作,在中原大地掀起了“奥运风”。仅从2007年至今,海尔就联合举办或参与赞助了10余项大型奥运公益活动,这包括:与省希望工程办



室联合开展的海尔奥运希望工程活动、与CCTV共同举办的海尔奥运城市行郑州站活动、与市体育局联合开展的“海尔空调杯”郑州万人健步行活动,赞助郑州市首届迎奥运龙舟大赛,与河南建业携手组织迎奥运“千车自驾游”活动、与市林业局联合开展创建海尔奥林匹克等绿化活动,赞助在郑州举办的2008全国竞走大奖赛、第二届郑开国际马拉松赛以及5月份刚刚启动的金牌奥运家庭总动员活动等。这一系列活动,使海尔成为了活跃在河南省各项奥运公益活动中的知名品牌。

晚报记者 谢宽 李红卫

记者从海信科龙公司获悉,在5月15日深圳市举办的主题为“原创中国·品牌升级”的“2008年第五届中国企业产品创新设计奖(CIDF奖)”颁奖典礼上,海信空调挂机KFR-35GW/97FZBp得到专家评委的一致好评,一举获得了“产品创新设计金奖”,代表了中国企业在产品创新领域的年度最高水平。

海信 Anyfeel 尊享直流变频空调获产品创新设计金奖

独特优势关注不同人群

据了解,中国企业产品创新设计奖是中国最早设立的国家级产品创新设计奖,也是第一个具有国际影响力的设计奖,被誉为“中国设计界奥斯卡奖”,引起业内外极大关注。

海信空调挂机KFR-35GW/97FZBp的独特优势主要体现在:一是采用时尚高亮度亚克力面板,“蝶恋花”典雅花纹,彰显高尚生活品质;二是设有独有的多温度显示,可在室内、室外、设定温度间自由切换;三是采用高亮度蓝白光液晶显示屏,动态功率显示条,空调运行状态一目了然,省电节能看得见;四是

装有高科技智能全角度探测仪,智能感应,风随您动;最后,更具开创性的是,该款空调具有多种睡眠运行模式,根据不同年龄人群的体质特点和睡眠习惯,海信集专业研发人员多年研究成果,在尊享空调上设置了儿童、年轻人、老年人三种特殊睡眠运行模式,让每一个人群都可以在最佳的室温模式下安然入睡。此外,该款空调除了设计上占尽优势外,还拥有节能、快享、恒温等突出性能优势。

设计创新海信独领风骚

作为空调行业的领军品牌,海信始终坚持“技术立企”的战略方针,坚持走变频路

线,大力研发直流变频技术,在前沿技术领域不断获得重大突破。依靠自主研发和技术创新,不断提高产品的科技含量,推陈出新。1997年,海信研发出中国第一台变频空调,由此拉开了国内变频空调发展的序幕;2000年,海信自主研发直流变频空调的问世,标志着中国空调技术首次与世界领先技术比肩。同年,海信“工薪变频”运动开始,变频空调普及风暴刮遍大江南北,变频空调比普通空调更为节能、舒适、静音的优越性能,使更多中国家庭亲身体会到科技进步所带来的巨大变化。

2008年,在能效大限即将来临,空调市场面临全新变局的形势下,海信空调陆续推

出了以KFR-35GW/97FZBp为代表的100多款变频产品,产品型号数量之多,品种规格之齐全,在行业内还是第一次。此举旨在引领空调行业发展方向,扭转空调市场现有格局,加快淘汰低能效定速空调,全面普及变频空调。

海信空调此次获得产品创新设计(CIDF)金奖,充分证明了海信的研发实力及该款产品在工业设计上的前瞻性,也体现了国家对海信在自主创新方面取得成绩的充分肯定,充分体现了海信的工业设计水平已经达到了业内领先的水平。

晚报记者 谢宽 李红卫