

# 五大巨头对话二七商圈(下)

## 商圈视野下的品牌打造

一场家电连锁对决“二七”的战役即将拉开序幕,而低价位、模仿性的策略是家电连锁竞争的通病,因为你要靠更低的价格才可以赢得消费者,但不会对竞争对手的品牌产生价值,在二七商圈激烈的竞争中,家电连锁企业作为整体战略到底该如何定位?如何选择品牌竞争的路径?

丁宁:对于永乐电器来说,需不断加强我们自身的内功,除在价格上继续保持低价优势之外,在服务质量及细节上,我们将用“雕琢”来考量,同时,我们会在服务的相关延伸上做得更好,二七永乐,是永乐电器名副其实的旗舰店,通过我们的精心打造,向服务要竞争力,以及综合实力的增强,使之成为二七商圈的一面旗帜。

战卉:6月中下旬,经过3个月的升级扩容,整体面积1.2万平方米的五星亚细亚大卖场即将开业。开业后的亚细亚大卖场,以“以顾客为中心”打造中原第一大旗舰店。定位高端时尚,差异化目标顾客群体,注重顾客体验、商品形象展示,按照二七商圈特有的消费群体把卖场打造成极富人性化的专业家电卖场。

刘昆:随着苏宁的进入和五星的重装,国美面临着机遇与挑战,竞争也越来越激烈。从卖场来说,国美德化店号称中原第一店,销售额第一,如何让消费者在最短的时间内、最轻松的购物环境下选到

最适合自己的产品,是一个管理者在品牌打造中首先要关注的,因此,国美会根据2006、2007、2008上半年的综合表现以及品牌提升的表现作出一个最合理的卖场核心竞争力,就是全国最好的型号,产品最全、品牌布局最合理的一个卖场。

李志刚:企业最终的目标是赢得市场,最终要建立起中国真正意义上的品牌,只有通过差异化的方式才可以帮我们建立起品牌价值。因此,苏宁为二七商圈规划一个中长期的目标并根据自己的状况去思考的差异化,但从整个品牌道路来看,任何一个消费者都会有自己的价值体系评判标准,在这个价值体系评判标准下会有自己品牌的偏好。任何一个品牌也有自己的品牌定位,和你自己的产品、自己产品的定价方式,和你渠道的选择、选择推广的信息等密切相关——其实就是这些信息在一定程度上告诉消费者,你买我这个品牌我可以带给你什么样的好处。

房福京:家电的竞争已经进入白热化,势均力



敌,大家又实力相当,低价位、模仿性的策略只能是阶段性的做法,最终要想建立起真正意义上的品牌,只有通过差异化的方式才可以帮我们建立起品牌价值。我们大商集团电器、百货、超市三江并流,多业态组合,多元化发展正是遵循了这一原则。因为她能真正为顾客带来实惠,为顾客带来快捷。

做品牌如同做人,人无信而不立,那么对于一个企业,一个品牌来说亦是如此,大商电器的“诚信重于泰山”的服务理念正是把这一点落到了实处,大商电器正是始终坚持并贯穿这一理念,通过多年精心运作,具有商品全、服务优、价格廉、信誉佳的显著特色,形成了强大的核心竞争力。

## 行业篇

## 郑州晚报改版六周年行业特刊

2002-2008



## 寄语新二七商圈

永远快人半步,不断追求创新,但要做先驱不要做先烈。是五大家电连锁老总们对在竞争激烈的“二七商圈”的格言。有梦想,才有可能成功,但也不能只想不做,只是空想。因此,究竟有什么力量,让五大家电连锁老总们总能化蛹成蝶,化梦想为神奇?

战卉:打造郑州家电名片,引领家电消费潮流。当然任何对手都害怕自己的领导地位会遭到挑战,但对五星而言,发现和掌握的,不是长期在你眼前任你取舍,而是及时把握才能成功。

刘昆:希望在二七商圈大家都拿出最高的水平来与国美共同营造一个最好的商圈,而国美接受挑战并希望他们能够跟上国美的步伐!

李志刚:把苏宁电器最鲜亮的活力、市场的竞争力通过二七商圈的竞争而充分展现在对手面前,以及把最好的产品呈献给消费者,同时,通过大家共同的竞争,必将会使整个二七商圈竞争的档次与服务水平提高。

丁宁:二七商圈,已经成为郑州商业的代名词,郑州商业竞争的缩影,随着家电连锁巨头齐聚二七商圈,代表着市场最先进的竞争重燃二七商圈战火,作为一名家电营销人员,希望二七商圈越做越好,突显出郑州商贸城的强大生命力。

房福京:二七商圈影响了几代人的购物习惯。如果说二七纪念塔是中原的地标,那么二七商圈就是郑州的一张名片,在面对其他老的商圈和即将兴起的新生商圈,希望她能活力永在,生机勃勃。

## 记者手记

五大家电连锁企业在二七商圈竞争,将会是新一轮商战的标志,最后结局也许是兴衰沉浮一个时代,但二七商圈竞争的背后,隐藏着的家电产业发展的无数契机让老总们前仆后继前进着;而一个充满青春活力的家电连锁企业的命运,在于它积极向上的、开放的企业文化和它的领航者的高明决策。创新的思想产生正确的思维,进而做出正确的判断与决策,正确的判断与决策使一个企业兴起,同时也会塑造出企业文化和企业的辉煌,企业文化又对进一步的决策形成反作用。这就是一个企业的命运。



海尔防电墙热水器  
让家更有安全感



海尔空调

海尔奥运空调  
震撼全登场  
奥运奥运空调入选影响世界十大创意产品

Beijing 2008  
我们是奥运的主人,海尔  
买海尔防电墙热水器  
看北京奥运会

先买热水器后装修  
凡在郑州市区购买TT系列(包括TT线控、TT遥控、TT豪华版)热水器  
均返200元电费。其余型号活动  
详情请看各商场活动海报。



3D  
动态加热技术

Beijing 2008  
我们是奥运的主人,海尔

海尔金牌奥运空调  
为中国加油!

青岛海尔电器销售有限公司郑州分公司