

“美乐”合并百天之后

□晚报记者 祁京/文 吴琳/图

到这个周末,新国美集团成立整整100天。无论是“前度刘郎今又来”的常城,还是坚守国美高地的戴彪生,这100天都是难忘的。



这个一面是国美一面是永乐的拨浪鼓,是不是也说明了“美乐”关系有竞有和的两面?

竞争:暗战进行中

河南永乐和河南国美的竞争关系最直接的体现在两个人身上,就是常城和戴彪生。有业内人士评论说,这两个风格迥异的“国美式”干部之间发生的事情,体现出的是一种竞争向上的态势。

两人的较劲最早应该追溯到去年11月25日新国美集团成立的当晚,因为对于谁是河南市场第一的不同看法,两人展开了针锋相对的辩论。随后,常城频频发力,先是在2006年12月6日抛出10亿采购大单,在国美最擅长的AV类产品线上出击,又在三天之后召开供应商大会上宣布,2007年河南家电市场60%订单已被永乐悉数收入囊中。

常城的高调,自然让国美方面倍感压力。于是,河南国美主推了包括周年庆在内的多个活动,同时召开核心供应商会议,大力维护和供应商的关系。

竞和:合并基本完成

3月15日,在省商业协

会组织的一次活动中,常城主动拉起戴彪生的手走上了领奖台。“我就是要让外界知道,永乐和国美是兄弟。”常城这样解释自己的初衷。

谈起这100天来的感受,常城认为,激情、兴趣、技巧是他带给永乐最多的东西。而印象最深刻的有两件事情,一是春节前夕,永乐首次包下剧场,举行晚会;一是2006年12月末的一个早上,600名新永乐员工在雪中举行了元旦销售的誓师大会。“通过这两件事情,我们的士气高涨,同时也把国美的理念带给了永乐的职工。”

常城认为,自他到河南永乐的那天起,国美和永乐的合并分部层面上就已经完成。合并后的国美和永乐将仍然保持竞争关系,只不过这种竞争是良性的,不过他也坦言,虽然双品牌运作提倡差异化,但目前双方还有很多同质化的东西,而且这种同质化还将持续一定时间。未来谁会主导市场,还要看谁做得更好。

竞强:未来渐清晰

当合并百天之后,惯于强势姿态的常城又为自己定下了新的目标。“我们已经是永乐系统的前3名,是永乐增长率第一的分部。”常城说,“我已经对永乐各门店店长提出,永乐的销售额必须要超过对手50%以上。”

在外界看来,河南永乐在合并过程之中要比河南国美更加积极主动。对此,常城认为,这是因为永乐的位置更被动,只有不断的赶超,巩固和保持市场份额第一的位置。而经过常城以及河南永力的努力,目前永乐在河南继续保持着领先地位,“永乐在快跑,而且加速度必须第一。”常城说。

对于过去的百天,常城认为,实际上国美和永乐的竞争,已经体现了双品牌运作的精髓,“实际上,双品牌如何运作,如何竞争,都已经在过去的100天里得到了实践。”常城说,“未来我们将和国美一道,继续保持市场的强势位置,将对手彻底边缘化。”

[卖场资讯]

五星南阳路店
本周末重张

□晚报记者 祁京

名牌饮水机8元,名牌电饭锅18元,名牌电磁炉48元、买42寸液晶送32寸液晶……在五星南阳路大卖场的开业惠卖清单上,这一串数字让人侧目。而这,都是为即将重张开业的南阳路大卖场准备的。

据河南五星电器总经理战卉透露,五星南阳路大卖场将从本周六开始进行重装开业惠卖,连续三天,惠卖产品约价值5000万元,折扣商品达到近10万台,同时将打破其他家电卖场往常促销陋习,抵制返券主推简单客观的价格直降,储备礼品均为名牌家电产品,且所有活动均可重复参与。

据五星相关人士介绍,本次南阳路大卖场开业全场购物满1888元即直降200元。消费不同金额,即有震撼大礼派送。购物满500元五星再返20元现金车费。对于五星的老顾客,五星也做出了“豪礼回馈老顾客”的承诺,只要在开业期间,持五星电器购物老发票的前100名顾客,购物即送折叠雨伞一把,购物满1000元再加赠九阳紫砂煲一台。

永乐爱心贴补 助推厨卫电器井喷

时下正值装修旺季,据河南永乐生活电器广宣部负责人介绍,永乐家电3月5日启动的3.15爱心行动以来,已为数以万户的河南家庭免费检测了超限厨卫电器。同时,永乐家电还针对超限厨卫电器提供相应的更换贴补,这一系列的促销举措深受消费者青睐,在省内掀起了厨卫电器更换热潮,推动厨卫电器博览会启幕后出现第一波销量井喷行情。

一份来自永力的资料显示,消费者对品牌厨卫电器产品的消费看好,老板、方太、帅康、西门子等品牌抽油烟机同期销售增幅高达40%以上;海尔、万和、比力奇、前锋等品牌热水器不光销售增幅比同期猛增,贴补更换活动也异常火爆。

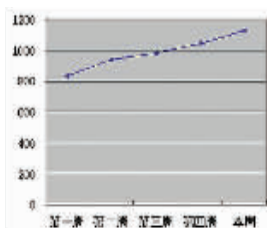
目前市场上充斥着200多个大大小小的厨卫电器品牌,行业集中度低,鱼龙混杂,良莠不分。在河南,以永乐为代表的专业家电连锁已拥有厨卫电器近80%的市场份额,从而促进行业的优胜劣汰,提高了行业的集中度。

朱永杰

长期关注 真实价格

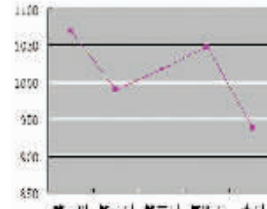
厨卫家电
本期均价:1131元(上涨88元)
通过价格指数,我们可以看到,5周之内,厨卫产品的均价直线上扬,从830元一下子接近1200元。据介绍,造成均价上扬的主要原因是购买抽油烟机、灶具、热水器等高端厨卫产品的

消费者增多。针对目前厨卫产品的销售旺季,卖场一定会顺势推出各项促销活动,买赠和反现将是重要形式。所以,当您选购厨卫产品的时候,不但要考虑到价格因素,也要打听清楚有哪些优惠活动。



手机
本周均价:938元(下降110元)
经过上周的突然上升之后,本周手机价格又开始快速下降。本周最大的特点是,中高端手机的降幅依旧明显。业内人士指出,这种

降价是厂家的试探性降价。不但要尽可能的出清存货,也要为本年第一个季度即将上市的新手机做好准备。不过,相应的是,卖场在赠品等方面将变得谨慎。



本周推荐产品

品牌	型号	价格(元)	来源
方太烟机	CXW-169-JX01B	1380	永乐经三店
华帝热水器	JSQ16-Q8B1	1130	永乐二七店
荣事达灶具	JZT2-902M-C09	500	五星天龙店
老板烟机	CXW-200-8002	1640	五星亚细亚店
万家乐热水器	JSQ16-8K5	990	永乐商业店

本周推荐机型

手机型号	本周参考价(元)	降价幅度
诺基亚 N93i	6380	380
LGKG90N	3480	300
索爱 W830	3680	250
三星 X828	2580	200
CECT IP1000	1100	200

(本期价格采集自长远友谊店、国美德化店和中原路手机市场)

卖场质量报告 质量热线 0371-67655016

不太好吃的 LG “巧克力”手机

□晚报记者 祁京

消费者张明2月7日购买了一部LG“巧克力”KG90手机,使用没多久,巧克力的脸却红不起来了,先是断断续续的白屏,没过多久,就出现了彻底白屏的现象。“比如收到一个短信,我想要打开,它就一直在后台运行怎么也打不开,关机再开机就可以,有时候打电话的时候打不通,显示请重

试,有时候也接不到别人电话。”张明这样向记者投诉。记者致电LG的客服电话,工号为145号的服务人员表示,目前还没有接到有关“巧克力”手机死机方面的投诉。她建议记者,可以到维修站升级软件。

“LG太不诚信了。”得知厂家的回答后,张明有些愤怒。他表示,不但他们5人,LG的论坛里还有很多网友在谈论这个问题,“他们竟然说没

有接到投诉,这不是骗人吗?”一名不愿意透露姓名的维修工程师告诉记者,LGKG90手机死机的情况较为普遍,尤其是采用V10K版本软件的手机出现故障率相当高。用户只需要升级软件,就可以解决这个问题。

对于这种说法,有消费者表示,等待用户自己碰到问题再来升级,这种做法无疑可以减少厂商的成本,对消费者未免有点不太负责。

张明的死机问题虽然解决了,不过还有一些无法通过软件升级的问题,如KG90虽有强大的多媒体功能,不过内存却只有128M,而且不支持外接内存扩展功能,很多功能如同虚设;KG90的电话簿只支持英文查找,很不便利等。

消费提示:
1.已购买KG90的消费者可在待机状态下输入

2945##*,第7项显示的就是软件版本号,如发现软件为V10K版本,可以到LG指定维修中心升级。
2.郑州市消协工作人员提醒消费者,应理智购物,最好在购买前先查询有关该产品的信息,例如查看该产品的相关报道,其他消费者的使用心得,多方面了解该产品在使用中容易出现哪些问题,以便选购时慎重考虑是否购买该产品。