

# 欧凯龙四大家具卖场 强势升级

曾引领家具销售市场潮流的欧凯龙又一次大型升级改造项目已接近尾声，新改造升级后的欧凯龙四大精品家具商场将为购买家具的顾客带来更大的视觉震撼和购物体验，进而引发整个中原家具行业的商场运作和商场环境的全新提升。

晚报记者 祁京/文 吴琳/图



## 差异化细分 四大卖场各有所长

陈梦玲介绍说，欧凯龙精品家具连锁企业企划总监陈梦玲表示，此次欧凯龙四大商场从2008年3月初已经全面启动，目前已基本完成。升级改造后的欧凯龙四大精品家具连锁商场，将以差异化的定位和更趋鲜明化的市场定位为整个中原家具市场带来全新的消费体验和领先艺术生活方式。

其中，欧凯龙金水路国际家具馆的升级改造，是以更加苛刻的品牌准入制和更具国际流行风格的内部装饰打造顶级奢华家具商场，满足中原追求生活品位和家居质量的精英人士的生活要求。

而作为欧凯龙精品家具体系中唯一的平价馆，欧凯龙黄河路平价家具馆将真正实现“平价家具馆”的定义，继续倡导“精品家具也便宜”的经营理念，满足郑州市80%中产阶级的家居要求。

定位于国际风情家具馆的文化路店，以时

尚和流行、个性为突出风格，精心选择流行于国际的时尚家具品牌进驻商场，将以前沿、流行、独特为主要卖点，为消费者打造一个迥异于传统家具卖场的风情家具卖场。

位于西区的欧凯龙嵩山路国际家具馆将展现给西区消费者一个愈来愈时尚化、国际化的家具卖场，陈梦玲表示，嵩山路国际家具馆将是目前乃至今后一段时间内郑州西南区最高档的家具卖场。

## 内外兼修 全面树立精品形象

陈梦玲告诉记者，此次欧凯龙四大精品家具商场的升级最直观的地方就在建筑的外立面风格和商场内部的装饰。

在外观上，欧凯龙首次统一了企业的 logo，全新的“ocalone”企业标识极具国际化。在内部装饰上，欧凯龙四大商场也进行了全面的升级和美化。“通过这次内部装饰的升级，顾客一踏入商场，将看到一个一个不同定位的令人耳目一

新的欧凯龙家具商场，体会到家具艺术的唯美与绚丽。”陈梦玲说。

而更重要的变化在于，此次欧凯龙商场的升级改造也是诸多家具品牌的一次升级。从2008年开始，四大商场实行了更为严格的产品准入制，保证每个不同定位的商场中都保持着同类产品的精品。例如欧凯龙金水路店国际家具馆，无论是欧式家具还是板式家具都只选择同类产品的前三名，保证了其作为中原家具顶端奢侈名店的定位。而欧凯龙黄河路平价家具馆虽然还为平价家具馆，同样也对产品进行严格的把关，对于批发市场的仿冒家具，一些小厂生产的环保不合格的家具坚决清除出商场，同时还对一些卖场的配套产品进行严格的审核，一旦发现伪劣，欧凯龙将解除协议。通过这样层层严格的产品准入制和产品审核制，充分保证了平价馆的家具也是精品，更能有力地保证每一位购买家具顾客的利益。

## 升级改造 将引发家具卖场升级潮

对于欧凯龙的大规模升级改造，有业内人士认为，这些调整将使其产品档次和卖场地位进一步升级，很可能引发郑州家具卖场的新一轮升级浪潮。

近年来，郑州家具卖场的竞争日趋激烈。2007年，卖场面积就增加了一倍多，而与之相对应的是，房地产的增长速度远远没有一倍，国六条的影响更使得地产行业短期内难以达到高速增长，年初到现在的地产市场交易偏冷也让家具卖场体会到了一丝寒意，“在这样的形式之下，卖场的竞争形势将更加严峻。”一位业内人士分析认为，今年的五一会是一个晴雨表，而为了争取传统黄金周的销量，有针对性的改造卖场环境和经营方向是一个不错的选择。

据此，业内人士认为，由欧凯龙全面改造开始，围绕着产品组合和经营错位的新一轮家具卖场升级正在展开，今年的“五一”黄金周将成为此轮升级战的一个小高潮。

## 百年德化

### 广告语有奖征集庆周年

4月23日，百年德化风情购物园征集广告语活动落下了帷幕。历时一个月的征集，全国29个省（直辖市）、200个地区、共9327位朋友通过电子邮件、信件、传真及电话纷纷发来了近万条广告语作品，其中4379人获奖。

从百年德化提供的数据显示，参与者居住地址覆盖北京、上海、新疆、青海、黑龙江等省市，在河南省内也覆盖了郑州、开封、平顶山等18个县市。活动参与者涉及社会各界各个行业，其中，最小年龄为17岁，最大年龄为73岁。

“应征作品内容非常丰富，有一句话、一条短语、一副对联等各种表达方式，从不同侧面展现了百年德化·风情购物园的风采，‘时尚、风情、快乐、潮流’成为参赛广告语中出现最多的字眼，这也正是百年德化作为年轻人购物地留给大家的深刻印象。”百年德化商业管理公司策划部经理钱凯南说：“许多参与者在寄来作品的同时，还认真谦虚地附上作品解析以及对百年德化的真诚祝福、热切期望以及良好建议，甚至还有的热心参与者更是附上了参赛感受。”

就在采访时，一位70岁高龄的老人赶到了现场。“这次来参加广告语征集活动，我也想表达我对德化街历史文化的怀念，特赠上我自己创作的诗，希望百年德化真正体现出我们河南的文化气息和风尚。”徐明老人说。

象徐明老人这样的征集者不在少数。钱凯南说：“百年德化感谢所有参与活动的热心朋友。4月28日是我们百年德化的两岁生日，推出的百年德化有奖征集广告语活动，让更多的郑州市民了解百年德化街的历史，传达我们的意图，更重要的是促进与市民之间的感情交流。同时，当天活动除了为一、二、三等奖优胜者提供现金奖励之外，还将向每位参与者提供精美纪念品一份。”晚报记者 谢宽/文 赵楠/图



## 家电快讯

# 每卖一台“中国红”微波炉，就为中国红十字基金会捐献1元钱 格兰仕微波炉率先倡导“我为中国红”

您知道吗？在宁夏南部山区，因为医疗条件差，一位怀孕的妇女未能等到新生命的降临就已去世；因为贫穷，一个成绩优异的孩子不得不辍学务农。在离我们或远或近的地方，有许许多多对命运无能为力的人们。从现在开始，您只需要购买一台格兰仕“中国红”微波炉，就能为那些在贫病中度过、在困境中求学的困难群体贡献自己的一份力量。

日前微波炉行业领袖格兰仕与中国红十字会联合发起“中国红行动”，从4月15日起，每一台在中国市场实现销售的格兰仕“中国红”全能型光波微波炉都将为“中国红行动”慈善项目捐出1元钱。据保守预计，作为格兰仕微波炉目前最畅销的产品，“中国红”2008年至少将在中国实现100万台的销售。

## 从“中国红”到“中国红行动”

据了解，“中国红”光波微波炉是格兰仕近几年实施“本土化”战略的主力产品，采用古典的红色钢琴烤漆和现代科技的钛晶面板，将中华文化元素和西方工程设计完美结合，在国美、苏宁等家电卖场微波炉销售排行榜上一直高居榜首。格兰仕微波炉销售有限公司总经理梁红生表示，中国红微波炉的畅销是我们这次发动“中国红行动”的初衷，我们要把“中国红”从畅销产品打造成爱心产品，为慈善事业尽一个企业应尽的职责。

中国红十字会副秘书长刘选国表示，格兰仕是中国企业公民的优秀先行者，在非典、禽流感、东南亚海啸等非常时期，都是最早发起捐赠义举的企业之一。

## “中国红”开创“平民慈善”先河

据了解，从4月15日开始，您只要购买格兰仕“中国红”微波炉，不仅可以获得由中国红十字会颁发的“购物也慈善·我为中国红”慈善证书，而且您的名字将进入中国红十字会慈善名录。

另外，您还可成为“中国红行动”志愿者，参加9月由中国红十字会和格兰仕联合发起的大型回访活动，去看望那些因为“中国红行动”而改变命运的儿童。中国红十字会常务副理事长汤声闻指出，“中国红行动”使参与慈善活动的门槛被大大降低，使“全民慈善”成为可能。

李红卫

# 容声原生态冰箱国际家电展再拔头筹

4月18日，在中国国际家电展家电节能技术论坛上，容声冰箱一举夺得冰箱类别节能奖、环保奖两大奖项。这是容声冰箱自去年12月被国务院发展研究中心中国企业评价协会授予“节能标杆产品”后，又一次走上行业大奖的最高领奖台。

会上，作为中国家电协会的特邀嘉宾，现任国际电工协会冰箱和压缩机分会秘书长、海信科龙副总裁周小天博士做了题为《节能——为了我们人类的未来》的专题报告。周小天在报告中指出，提高能效，是当今世界社会、经济、政治领域的大趋势，而严格的能效标准与法规，则是推动节能政策贯彻落实的最有力的武器。

与会专家认为，容声冰箱在推动节能环保技术进步、推动国家冰箱能效标准逐步升级方面做出了突出贡献，尤其在大规模普及

高效节能产品方面取得了举世瞩目的成就，得到了联合国权威机构的重奖，是我国冰箱行业当之无愧的“节能标杆产品”，这一次连夺两项大奖，实乃众望所归。

据了解，容声冰箱产销量曾11年位居全国第一。迄今为止，其“超级节能技术”不断获得突破，一直在行业内遥遥领先。特别是在2003年，凭借在节能技术方面的龙头地位，在与西门子、海尔、新飞等的竞争中一举胜出，独家中标“联合国节能明星大奖”。2006年年底，经过验收，联合国开发计划署、全球环境基金、国家环保总局联合举行隆重的颁奖仪式，授予容声“节能明星大奖”，并给予340余万元奖金。

周小天介绍，容声冰箱不仅自身的节能水平遥遥领先，而且，还努力推动全行业的节能水平不断提升。在以容声为代表的主流

冰箱企业的大力推动下，我国政府相关部门现已拟定了新的冰箱能效标准，计划2009年正式实施。新修订的标准与原标准相比，能效指标提高幅度较大，新标准实施后，我国冰箱业的整体节能水平将跨越一个新的里程碑。

小格

