

实力作证, 格力最“红”

今年五一无疑打响了2008旺季第一场空调销售战役, 格力高举品质大旗, 成为最大的赢家。业内专家预测, 格力热销预示着消费者购买心理日趋成熟, 大品牌将笑到最后。

是什么原因让消费者对格力空调这么“疯狂”, 争相购买? 一位在场的消费者告诉记者: “看到格力世界名牌的身份, 一切都不用说了。而且促销现场有这么优惠, 买柜机送分体, 买组合还送实用小家电, 家里缺的都补齐了。”

进入2008冷冻年度以来, 格力推出了多款新品空调产品, 记者从活动现场看到, 新款睡梦宝、睡美人、风姿、天巧等系列空调, 以其别具一格的时尚设计成了消费者购买空调的首选。而热销中的王者之尊更是凭借其出色的时尚设计、高能效比赢得了广大消费者的青睐, 销售量激增。河南格力相关负责人告诉记者, “王者之尊”不论技术、工艺还是外观均堪称精品, 功能亮点不胜数, 特别是多项创新技术的运用更是填补了行业空白。

格力空调近期不仅荣获了“全国质量奖”、“出口免验企业”, 更荣获了中国空调行业第一个, 也是唯一一个“世界名牌”产品称号, 充分说明了“好空调, 格力造”名不虚传。

李红卫

美菱雅典娜引领冰箱新风尚

今年五一高端冰箱走俏已成行业一大亮点, 来自卖场的相关销售数据显示, 美菱雅典娜系列高端冰箱产品今年五一芳华尽放, 凭借卓越产品性能和卖点, 在各大卖场取得了不俗的销售业绩, 成功激活高端冰箱市场。

业内人士分析认为, 随着一、二级市场消费结构的升级, 冰箱高端产品的需求量增加。美菱凭借自主创新、中国创造的设计理念, 争取主动, 先发制人, 展开了高端冰箱从外观到技术的全线竞争, 将会进一步促进高端冰箱市场竞争的升级。

虎萌

TCL 夺得四项中国数字电视大奖

日前, 中国彩电业最权威的年度行业总评——“中国数字电视年度盛典”在北京举行盛大颁奖典礼。在此次盛典中, TCL一举包揽了中国数字电视年度国际成功大奖, 年度液晶电视大奖, 年度绿色健康产品大奖以及消费者最喜爱的彩电品牌四项大奖。

对于TCL获得年度国际成功大奖一事, 大会组委会介绍说: “中国数字电视产业已经走过关键的一步, 现在正在迈向新的里程碑。TCL作为中国电视行业的翘楚, 为我国电视产业的发展特别是数字电视的发展作出了卓越的积极的贡献。”

虎萌

海尔金牌奥运家庭总动员火爆上演



5月10日至11日, 市民期盼已久的“海尔金牌奥运家庭总动员”郑州站活动在二七广场举行。近200个市民家庭现场参与了五项趣味比赛, 角逐“金牌奥运家庭”。

经过两天的激烈角逐, “海尔金牌奥运家庭”桂冠被郑州电力职业技术学院教师徐平恒一家摘取, 奖品为价值万元的海尔整套家电, 包括冰箱、空调、彩电、洗衣机四件产品。

冯刘克 李红卫

BenQ 13英寸“本本”面世

延续以往13英寸本本经典路线, BenQ推出首款超轻薄带强劲独显的笔记本电脑X31。这样一款小巧机型蕴含强大能量。采用Santa Rosa Core 2 Duo L7500 低电压CPU, 及LED背光显示屏, 诠释节能省电新风尚; 搭配NVIDIA GeForce 8600M GT 256MB独立显卡, 将超强游戏效能植入轻薄机身; 内建指纹识别功能, 带来安全可靠的使用体验; 此外, 250G硬盘、2G内存、吸入式DVD刻录、HDMI高清输出接口的配备, 全方位展现多媒体应用功能。该款机型针对的目标客户为移动商务和科技时尚人士。

冯刘克

国美·永乐通讯回收旧手机

5月15日, 由国美·永乐通讯主办的“绿色国美·绿色奥运——国美·永乐通讯启动回收旧手机绿色行动”在京启动。国美电器集团总裁陈晓表示, 手机需要回收处理的严峻性与手机生态链的不完整性形成了鲜明的对比, 因此需要加快形成手机的回收再利用体系, 以弥补手机生态链的不足。

电子垃圾成社会污染问题

截至今年2月, 我国手机用户已达5.6亿。在数量庞大的手机用户中, 目前每年被换下来的手机已经多达数亿部。旧手机已经成为电子污染中一个新的污染源, 人们对手机污染只关注到手机辐射等方面, 而对废旧手机部件及电池对环境所造成的威胁却知之甚少。手机电池和其他组件中含有有毒的化学物质, 包括不能被环境所吸收的有毒金属砷、镉、铅、镍和铍等。这些有毒物质不易通过传统的掩埋或者焚烧方法来处理, 只有通过政府和企业共同努力, 设置相应的部门机构及销毁流程才能完成废旧手机的回收和再利用, 一旦处理不当, 将对环境造成严重污染。

“与国外相比, 中国的手机制造商、渠道商、消费者的绿色环保意识相对不足。我国是一个手机消费大国, 每年近亿部的淘汰手机给我们的自然环境构成了很大的威胁。同时我国又是一个生产手机的大国, 手机产业链先天性的缺陷使得手机制造商亟须构造完整的手机生态链以实现企业的可持续发展”。据国美通讯总经理孙一丁介绍, 所谓手机生态链, 是指有相互协作关系的手



机上下游企业包括手机软件开发企业、元器件生产企业、工业设计企业、研发企业、组装企业、库存周转企业、销售企业以及手机回收处理企业同在一地, 紧密配合, 资源共享, 共同形成生产、销售、回收处理和再生产的良性循环。

按照国美·永乐通讯2008年10%的市场份额计算, 国美通讯每年将有2000万部手机的零售来自于消费者更换旧手机, 假设按照1%的旧手机换购率来计算, 每年国美·永乐通讯预计回收20万部旧手机。据悉, 使用现代科技从1吨废旧手机中, 不仅能提取到100公斤的铜和3公斤的银, 而且可提取到至少150克黄金, 而每吨金矿石则只能提取到5克, 相差了30倍之多。

1200 多家门店全国联动

配合回收旧手机绿色行动, 国美·永乐通

讯在全国1200多家门店开展以旧换新的活动并在各门店都设立了三个回收箱, 分别为手机附件及配件回收箱, 颜色为蓝色、可用手机回收箱颜色为绿色, 不可用手机回收箱颜色为橙色。活动期间, 凡光临国美·永乐通讯购机的顾客, 持旧的手机配件和手机经门店专业人员鉴定后即可获得相应的现金券, 顾客凭该现金券可以购买自己喜欢的配件和手机。孙一丁指出, 本次活动的最大亮点是, 凭旧手机换购新机器的顾客除了可以享受到店正常的促销价格外, 凭借换取的现金券在最低成交价格的基础上还可以抵减相应面值的现金券金额, 让消费者亲身感受到自己加入到绿色环保行动中来的好处。

晚报记者 朱江华

美的空调 欲做中原领跑者

“从郑州大卖场的统计数据, 包括各地超级终端在内, 美的空调在货源极其紧缺的情况下, 五一当天在河南整体销售历史性地突破3万台, 7天总零售突破8万台, 中原市场销量同比增长将近68%。做领跑者, 我们有货真价实的数据在说话。”张松语速比较快, 语气很平静但透着一股霸气。

晚报记者: 美的空调在中原市场上半年销量与去年同比增幅是多少? 有哪些创新性的营销手段?

张松: 今年上半年我们中原市场销量同比增长将近68%, 这也是我们历年来增长幅度最大的一年, 而对于市场的营销手段, 我们一直强调的是“精”和“快”, “精”就是市场的精耕细作, “快”是市场的快速反应, 所有的核心点一直围绕消费者来展开, 只要



市场有一丝动态, 我们都会在第一时间作出反应, 在第一时间为消费者提供更多的实惠、更优质的产品、更满意的服务。

晚报记者: 下半年的品牌运作及建设? 下

半年中原空调市场走势?

张松: 今年, 美的空调一改往年以促销为主导的营销手段, 而品牌力、创新性品质、满意100分的服务将是我们今年品牌运作的主线。下半年空调行业的竞争核心还将以品质和服务为主导, 我们会一如既往把更好的产品, 更满意的服务展现在消费者面前, 让消费者得到真正的实惠, 能买到最好、最称心如意的空调。

晚报记者: 美的空调有哪些新、奇、特手段称霸中原市场?

张松: 2008年, 我们将“终端掌控”进行到底, 以畅销新品大幅让利来回馈中原百姓, 并全力打击市场上老款机型, 抵制低价、劣质、积压产品的虚假促销, 使消费者得到真正的实惠。

晚报记者 吴绍超

美的微波炉“赶集千镇行”全面启动

日前, 行业领袖美的微波炉“赶集千镇行”全国大型乡镇推广活动在四川华阳镇隆重启动。千镇赶集活动是美的微波炉倡导的全民健康烹饪的民心工程, 今年计划在全国1000个乡镇巡回举办相关活动, 将美的“健康、高效、时尚”微波炉文化及现代生活理念渗透到广大乡镇。启动现场美的微波炉国内营销公司总经理张武力向全国五大推广区的代表授旗, 标志着美的微波炉2008年“赶集千镇行”活动的全面展开。

据悉, 美的微波炉将在全国选择部分乡镇小学开展微波炉校园赠送活动, 为孩子们成长提供必要的物质保障; 主办方还联系了电影放映队伍, 伴随活动的进行开展“送电影下乡”活动, 丰富农村居民精神文化生活, 解决农民朋友看电影难的问题; 同时, 活动现场设立了“祝福冠军, 万人签名”环节, 向全国人民征集奥运祝福, 为“中国水军”加油。

张武力向记者表示, 美的微波炉从一个市

场后来者, 成长为行业领袖。为了保持持续发展, 我们从之前的行业恶性竞争转变为培养用户、做大市场, 这是美的出于对产业常青的责任和策略。响应国家“家电下乡”的号召, 我们进行规模浩大的乡镇推广, 目的在于“浇树浇根”, 只有这样才能真正贴近乡镇消费者, 企业才能掌握9亿人口未来市场战略的主动权。美的微波美食网站 <http://www.midea2008.com>。

李红卫

新飞水晶双冠王 真正的绿色三立方冰箱

2008年冰箱行业整体销量不断提升, 消费结构不断升级, 营养健康的消费观念越来越受重视, 许多冰箱品牌纷纷打出了“保鲜”、“杀菌”牌。据家电卖场销售人员介绍, “具有保鲜、杀菌功能的冰箱越来越受到消费者的青睐, 销售量明显增加”, 例如, 新飞水晶双冠王冰箱集节能、杀菌、保鲜于一体, 成为真正的绿色三立方冰箱, 2007年推出后就备受行业和消费者关注。这款冰箱采用新飞独创的立体动态361°杀菌技术, 综合了紫外线杀菌、臭氧杀菌、钛光杀菌、负离子杀菌等多项杀菌科技, 并特别通过动态杀菌离子的作用, 能更有效地杀死冰箱中空气以及食品表面的细菌。

新飞水晶双冠王冰箱是一款国内首创, 获7项国家专利的高湿度保鲜冰箱。新飞博士后

科研工作站站长肖建军博士介绍说: “这款冰箱就是为了解决食物的保鲜难题而设计的, 比普通冰箱增加了高湿度保鲜、杀菌保鲜两项新技术, 从温度、湿度、微生物控制三方面入手, 达到综合保鲜的显著效果, 实现了国内冰箱保鲜技术的重大突破。”

食品科学的理论依据表明, 食品保鲜的最好湿度是90%以上。现在直冷冰箱的湿度是30%~70%, 远远满足不了食品保鲜的要求。新飞独创“水呼吸”养鲜科技, 通过特有的增湿技术实现冷藏室内空气由低湿度向90%以上的高湿度转换, 时刻补充水分, 保持食品新鲜状态。

从含水量来讲, 食品的含水量高低会影响到食品的风味和保质期。比如, 叶类蔬菜含有大量水分、叶绿素、维生素和矿物质, 营养价值较

高。但是, 正因为它们含水量高, 所以在常温下, 特别是在炎热的夏季, 贮存时容易挥发水分, 当蔬菜失水5%时就会出现萎蔫和皱缩, 甚至变质。而面包和饼干类食品失水变硬, 不仅会影响口感, 淀粉结构也会发生变化。水晶双冠王冰箱采用新型专利密封技术, 内外门封采用双向密封定位技术, 外门封同箱体正面形成一道密封墙, 内门封同内胆斜面形成一道密封墙, 有效隔绝了内外热交换, 从而达到节能保鲜的目的。随着国家能效标准的不断提高, 新飞在节能技术的研发方面也在不断突破, 2008年一款日耗电量仅为0.29度的“节能王”冰箱上市, 新飞不断推出更加节能环保的冰箱, 绿色节能家电满足了当今消费者自觉绿色消费的文明需求, 符合消费的发展趋势。

张卫