

朱言辣语

事件：八成企业不具备生产资质

国家质检总局进行的饮水机抽查结果显示,在61种饮水机产品中,合格40种,产品抽样合格率为65.6%。

点评:目前饮水机市场进入门槛较低,市场非常分散混乱。数据显示,国内涉足饮水机生产的企业有近2000家,在市场上销售的饮水机品牌有500多个,80%以上的企业为非专业小厂或螺丝刀工厂,主要靠零件组装、冒牌、贴牌生产,而不合格产品会导致铅、镉、重金属含量超标,而溶于水中的重金属、氯气、三氯甲烷等致癌物质直接危害人体健康。

事件：长岭进入重组程序

长岭集团发公告称,公司已进入破产重组程序,现正在与主要债权人及有关方面沟通,起草重整计划草案。

点评:此前,S*ST长岭曾在3月发公告称,该公司已确认8.8亿元债权,但可变现的资产仅为2.65亿元,负债情况十分严重。由于公司2007年度审计报告无法发表意见涉及事项仍未消除,因此,公司可持续经营存在着重大不确定性。

事件：摩托罗拉份额猛跌8%

根据市场研究公司Gartner公布的最新数据,摩托罗拉第一季度占据了10.2%的市场份额,低于去年同期的18.4%。

点评:自2006年10月以来,摩托罗拉市值已经缩水了约60%。在全球手机市场上的份额也下滑到不足高峰时23.3%的一半,而公司一季报的巨额亏损也使得在资本市场面临着前所未有的困境。因此,就目前看来,摩托罗拉重回全球第二大手机厂商宝座的希望越来越小。

事件：10%电风扇被淘汰出局

《交流电风扇能效限定值及能效等级》已通过国家专业标准化技术委员会的审查,由于该标准属强制性国家标准,一旦实施,每年淘汰1400万台风扇。

点评:目前市场上约有65%的电风扇能够达到3级能效水平;约有10%的电风扇达不到3级能效水平将被淘汰出局。据统计,2007年全国电风扇产量1.4亿台。

事件：海尔否认收购GE家电业务

青岛海尔发公告称,海尔至今并未参与该等收购事项。

点评:一直传得沸沸扬扬的海尔收购GE家电业务,终于被海尔的公告所否认。但中国白色家电巨头的海尔,在近年海外征战告败后,如果拿下GE或许可以在国际市场占据有利位置,可是也将面临股本扩张过快,负债率高,现金流短缺等影响。利弊权衡,因此,海尔放弃收购GE家电业务应该是明智之举。

事件：三联集团“表演”结束

5月29日,济南市中院向公司下达了民事裁定书:重新拍卖三联集团所持公司2276.56万股以清偿债务。三联集团不得参加竞买。

点评:尽管按照拍卖法的有关规定,三联集团已经自动失去了继续竞拍的权利。可以肯定的是,一旦三联商社的这部分股权落入到第三方手中,无异于宣布在股权关系上三联集团将随时与三联商社说“再见”。目前三联商社并没有说明第三次拍卖的具体时间,而三联集团是否会冒险找出影子公司参与竞拍?该部分股权第三次拍卖将有哪些买家登场?会卖出怎样的价钱?这些疑问只有等待时间解答。

事件：顾维军再被判赔1.69亿

6月2日,佛山中院对海信科龙起诉广东格林柯尔及格林柯尔系公司及特定第三方案件中的四项案件分别进行一审判决,诉讼金额共计逾1.68亿元。占据该公司净资产的27.3%。

点评:一代枭雄顾维军就此走向末路。由于未知格林柯尔及顾维军会否上诉,因此科龙称暂时无法判断上述佛山中院的一审判决是否生效,也无法确定该案件对上市公司利润的可能影响。不过,海信科龙已对格林柯尔及顾维军个人有价值的财产,最大限度予以查封、冻结、保全。

徐伟宏：五星只要“顾客”两字



五星亚细亚旗舰店预计升级后年销售约占河南分部整体销售的30%。10日,五星电器总裁助理徐伟宏在接受晚报独家采访时表示,全新的亚细亚五星卖场将在购物环境、商品布局出样、员工服务等各个方面带来很多颠覆性变革,建成一个带给消费者全新体验的21世纪的新概念家电卖场。

晚报记者 吴绍超

定位：以顾客为中心

郑州是五星电器战略布局中的“重镇”,五星电器总裁助理徐伟宏表示,郑州是五星电器最赚钱的城市,因此无论现在及未来,郑州均是他们重要的投资区域。那么在郑州,五星是否有意转型开设旗舰店与进驻郑州的国美、苏宁等连锁抗衡呢?目前暂不考虑。他们依然立足于传统连锁参与竞争。徐伟宏表示,针对郑州的城市特点,五星电器将以消费者的需求为依托,突出在售后售后服务方面、在品牌质量方面、在物美价廉方面的具体优势,并在营造购物环境方面倾力,从而使消费者有家的感觉,更愿意进入五星家电卖场。

家电顾问量身定做消费方案

在消费者主导时代,消费者的地位和价值日益突出。因此,五星电器在业界一直倡导“以顾客为中心”的营销模式,这次亚细亚店的升

级,也把“以顾客为中心”提到了前所未有的高度。

目前家电连锁的模式几乎全部是按产品导向来设计的,也就是业内常说的“卖场搭台,厂家唱戏”,而“以顾客为中心”的经营理念,是对国内现有家电连锁卖场经营模式的一个颠覆性冲撞。五星电器总裁助理徐伟宏指出,“我们的‘家电顾问’模式就是针对调研发现的问题后设置的。和传统的促销人员不同,‘家电顾问’不再是简单地向消费者介绍单品商品,而是站在顾客的角度,不带任何主观色彩地根据顾客提出的预算、家居装修风格、侧重的功能需求等,向顾客提供个性化的一整套解决方案。如果顾客有需要,他们可以上门服务,帮助顾客安排室内家电布局、布线等,购买之后也可以提供一整套全程跟踪服务”。

五星电器总裁助理徐伟宏认为,全新的亚细亚五星卖场必将成为一个带给消费者全新体验的21世纪的新概念家电卖场。

新飞节能王再掀冰箱市场节能风暴

近日,一款日耗电0.29度的新飞节能王冰箱成为市场新宠,刚一上市就受到各地消费者的追捧。在郑州八方电器、济南三联电器等家电商场,新飞节能王系列冰箱成为人们购买节能冰箱的首选。在郑州八方二七店内一位王女士说:“在我们顾客心中新飞已经成了节能冰箱的代名词,买新飞的节能冰箱我们最放心。”据悉,在众多新飞节能王冰箱的购买者中,有许多都是冲着新飞“国际化节能专家”的美誉来的。在新飞节能王等高质量、节能环保产品的拉动下,新飞今年前两个月冰箱(柜)的销量同比增长78%,空调销量同比增长95%,创历史新高。

节能王冰箱延续了新飞多年的节能科技,并在此基础上进行了更先进的优化升级。

它采用目前世界高效的、能效比COP值高达2.0的恩布拉科国际名牌压缩机;冰箱后背板采用航天材料真空绝热板,隔热效果较同等厚度的发泡层提高10倍;而其两侧面则采用达到95mm的超厚发泡层,使隔热效果更佳;另外其独特的专利双门封结构,能够有效隔绝内外热交换,从而达到节能保鲜的目的;毛细管及制冷剂冲注量的优化保证了制冷系统的优化。这五大节能科技的应用使得“节能王”冰箱达到国际领先节能水平。在外观方面,节能王冰箱的把手线条流畅,开门方便自如。温度自动感应,低温自动补偿,无须手动开启。

从2003年开始,新飞先后投入6亿多元的研发和推广资金,研发出环保、节能系列产

品,在环保节能领域精耕细作,从开发国内第一台双绿色全无氟环保型冰箱,到第一台在国内率先达到国际领先水平、获“联合国节能进步奖”的欧洲能效A++冰箱,再到第一台国内首创具有7项国家专利的集杀菌和节能双重领先功能的“双冠王”冰箱投放市场及填补了国内高湿度保鲜技术空白的首台“水呼吸养鲜”冰箱的问世;直到由新飞起草的我国首个杀菌电冰箱标准的颁布,开启了中国冰箱业健康保鲜的新纪元,新飞始终引领国内节能绿色家电潮流。节能王系列冰箱的火爆畅销,再次向业界显示了新飞作为“国际化节能专家”的雄厚实力。新飞将继续在节能环保冰箱的研发推广领域勇攀高峰,为消费者奉献出更多更节能的优质冰箱。

杨蕾

格力成为消费者首选空调品牌

日前,“2008中国消费者理想品牌大调查”结果揭晓,格力在与境内外众多空调品牌的激烈竞争中脱颖而出,成为中国消费者选购空调的第一“理想品牌”。

作为2005年起连续3年蝉联全球销量冠军、中国空调业首家的“世界名牌”产品,格力空调的创新技术和产品质量一直在业界和广大消费者心中有口皆碑,自主品牌产品出口世界

80多个国家和地区;其拥有国内外专利近1500项,其中发明专利近300项,并在某些技术性能上如超低温制热走在了世界的前列,是中国空调企业依靠自主研发核心技术发展壮大的典范。

此前,格力已相继荣获“中国世界名牌”、商务部“最具市场竞争力品牌”等殊荣。主办方表示,此次格力一举拿下家庭消费者理想品牌第一,成为消费者首选空调品牌,实属实至名归。

“2008中国消费者理想品牌大调查”是我国首次组织的全国性品牌大调查活动。据了解,本次调查覆盖了全国36个中心城市,发放问卷7800份,是一次消费者较大规模行使权力的权威性品牌调查;被调查对象涉及及家庭消费者和潜在消费者两个特定的消费群体,因此也是一次最具客观性、专业性的品牌调查。

李红卫

美的烤箱：引领夏日烧烤新风尚

夏季来临,周末约上三五好友聚在一起烤食美味,成为时下部分80后追求的一种新的时尚生活方式。看着“美食家”们用烤箱DIY自己喜欢的美食,然后戴着防烫手套从烤箱里端出蓬松的蛋糕、香脆的比萨饼、金黄的烤鸡翅,估计没有几个人不动心。

怎样的烤箱才是适合自己的?这就要根据个人的需求而定,例如,有的“发烧友”对烤制甜点情有独钟,热衷于烤制各种面包、比萨,

并喜欢同好友交流美食心得;有的人心血来潮,在好友的生日上把自己烤制的生日蛋糕作为礼物,或者在聚会的时候拿出自己制作的烤鸡翅和友人一起分享;还有一些新婚主妇,喜欢烤一些“主打菜”用来款待客人,烤羊腿、烤整鸡让晚宴更加丰盛美妙,很有成就感。

据悉,美的日前推出的“圣火08”系列新品秉承美的烤箱“我烤我乐”的品牌理念,在原有产品基础上大幅提升以响应消费趋势;360

度旋转烧烤,食物受热更均匀;70℃至250℃温度自由调节,烤乐随心所欲;悦耳铃声提示,给人贴身关爱。考虑到厨房面积和不同的需求,美的特别定制了三款不同容积适合不同菜谱的烤箱:9升、14升、25升,可根据厨房的位置大小选购不同的型号。美的电烤箱,为你量身定做烤制美食,营养又健康,让你在夏季生活享受烤食美味带来的无限乐趣。

美的微波美食网站 <http://www.midea2008.com>

奥克斯抢占2008年空调制高点

近日,奥克斯空调营销总经理郑宏伟带领负责产品规划、市场推广、品牌宣传等工作的公司高管,走访了宁波、杭州、芜湖、马鞍山、南京、镇江、常州、泰州、南通、苏州等地区部分县城及乡镇市场,为奥克斯制定2008年后的战略提供新鲜的市场素材。

通过走访,郑宏伟判断:二三级市场将是未来中国空调的主要发力点!为此,在公司恪守严谨、认真的工作方式,对每一款产品都严格按照ISO9001质量管理体系标准运行的同时,郑宏伟一再强调了渠道建设的重要性。渠道建设包括数量和质量的提升,而对客户服

务质量的提升,则是奥克斯空调各项工作中重中之重。客户不满意,已成为该公司衡量员工工作成效的一项关键性指标。

种种现象表明,为抢占2008年后空调的制高点,奥克斯正在把渠道建设作为一道突破口。

韩新宝