七年：河南国美始终领跑中原

中原七载 风雨历程

从新生到成熟，是一个多么伟大的过程，而河南国美只用了短短七年，直接导致了河南家电市场渠道的裂变。家电专营，连锁超市，新生事物的强大生命力给传统模式带来了极大冲击。

在国美的带动下，一批新型的家电连锁企业如雨后春笋般出现，大连锁逐渐演变成为家电营销领域的主流渠道。2004年，国美重新整合服务理念推出“彩虹服务”，更成为中国流通企业首家拥有自己独立品牌服务体系的商家。2005年，国美又在“彩虹服务”的基础上全面升级为“会员制”服务，将家电业服务竞争引领到了一个全新的高度。2007年“诚久保障”服务的推出更是将中国家电服务带入新的境界。2008年“家安保”服务更是带给消费者一个全新的购物理念。

晚报记者 吴绍超/文 吴琳/图

中原家电船舰的舵手

国美的低价是经过时间检测和考验之后的低价，是在保证优良质量和优质服务基础上的低价，从而达到商家、厂家、顾客三方的共赢。从而充当了中原家电船舰当之无愧的舵手。7年以来河南国美低价策略，铸就了中原家电龙头的品牌，为中原家电业界，乃至整个中原市场经济的历史写上了浓重的一笔，也为家电零售行业的未来发展提供了良好的模式和范本。

七年辉煌，创新领先

品牌的成长是一种结果，而不是目的。国美在保持低价的同时，在服务上的不断创新，在营销上不断地勇于自我颠覆，这所有的一切都是为了客户，而这个过程带来的结果就是品牌的成长，是品牌忠诚度和美誉度的不断提升以及消费者的认可。河南国美已先后被省消费者协会授予首家“诚信单位”称号，被郑州市质量技术监督局评为“产品质量售后服务先进单位”、“道德规范进千店 诚信服务创名牌”示范店。国美真正以消费者为中心，以消费者的利益最大化为标准，打造国美特色服务品牌，用服务参与竞争，巩固家电连锁服务第一品牌的地位。

爱心之路振人心

汶川8.0级特大地震，国美集团在第一时间拨款200万港元，又通过中国红十字会向灾区人民捐款500万港元现金。国美电器继集团董事局主席黄光裕以个人名义向5·12汶川地震灾区人民捐助5000万港元之后，至今国美集团已向灾区捐款达6000万元之多。消费者在国美卖场每购买一台“中国红产品”都将为“中国红行动”慈善项目捐出一元钱，用以援建本次地震灾区，改善灾区的医疗环境。同时河南国美还联系希望工程在国美卖场放置募捐箱，顾客所捐款项将全部捐献给灾区希望工程用于灾区校园早日重建。

奇迹国美 领跑中原

2008年，对于河南国美人来说，是辉煌的记忆，是收获的延续，是值得纪念的一年。回首七年：河南国美电器不管是内部建设，制兵整军，还是攻城略地，开疆扩土，都能运筹帷幄、决胜千里，都在不断地创造着一个又一个的商业神话。正是这种超前性使得国美在和国内外家电零售连锁的激战中始终保持着一种霸气，而这种霸气也正是建立在国美全心全意服务消费者的基础上。2008年下半年河南国美将对现有品牌系统进一步升级，继续加大对二三级市场的开发力度，河南国美将陆续进驻驻马店、信阳等地，完善的网络布局、高质量的门店经营质量将让河南国美振翅腾飞。