

精彩的华章 真实的格力

——揭开幕后的细节

格力特价酬宾引发周末抢购高峰

格力空调庆祝2008年河南销售突破150万套,倾情重磅回馈消费者而引发的抢购高峰在上个周末极其抢眼。

在今年市场大环境都不景气的情况下,交款的顾客竟然已经排上了队,许多消费者直接冲进连锁卖场购买格力空调,格力所有系列全线飘红,尤其是先进变频技术的代表“凉之夏”,噪音低至23分贝、三种睡眠模式、三款炫彩面板的“睡梦宝”,专业用于办公室、会议室、客厅、餐厅等场所的“办公·厅”系列空调最受消费者追捧。据了解,为答谢中原消费者的厚爱,本周购买这三款空调将有特大惊喜。

业内人士却惊叹,在如此短的时间内能调动消费者的购买力和聚集如此大的人气非格力莫属,格力空调凭借其高品质的产品,加上多年来形成的良好口碑效益和科学有效的品牌传播,已成功集“知名度、美誉度、忠诚度”于一身。

河南格力公司相关负责人表示,经济危机对各行各业冲击不小,房地产业的低迷、股市的不景气,都在一定程度上影响了空调的销售业绩。不过,他认为,金融危机可能成为空调行业第二次洗牌的契机。不少底子薄、基础弱的空调企业可能被风暴吞噬,而像格力这样的优势企业则会在风暴中进一步鲸吞市场份额。放眼全球,每一个500强企业,都是经过各种危机的洗礼而不断发展壮大的。

乱世出英雄 逆市显格力

2008年堪称是空调业的“灾年”,在金融海啸里艰难行走的空调行业再次出现销售大面积下滑,整个空调行业举步维艰。

但就在这种家电业竞争激烈、不少家电

巨头业绩连年下滑、中小空调企业纷纷出局的恶劣形势下,格力电器却依然保持着行业老大领跑的姿态。日前,格力电器总裁董明珠在出席某活动时曾对外界乐观表示:“格力日子过得挺好,并没有别人想的那么困难。”前不久,该公司发布的三季度业绩报告佐证了这一说法。

今年前三季度,格力电器实现营业总收入351.12亿元,较上年同期增长19.68%;净利润14.48亿元,较上年同期增长86.36%,其中7至9月份,实现营业收入100.94亿元,净利润4.44亿元,格力延续了多年来业绩稳步增长的脚步。河南2008年销售突破150万套,这也意味着格力空调在牢牢占据了河南省的“半壁江山”之后,又一次创造了世界空调界的奇迹和神话。

业内资深人士指出,空调行业将继续洗牌,不具备整体实力和差异化优势的企业将被淘汰,而格力行业内优势企业的竞争力和市场份额将继续增强。

“工业精神”造就行业领袖

格力逆势增长的原因不单是生产规模、渠道、营销方面的优势以及知名品牌的号召力,品质更是取胜的关键。

河南格力公司负责人给记者讲述了这样一件小事。

去年夏天,李小姐购买了一台格力空调。炎热夏季里,空调使用比较集中,骤然增大的电负荷量使电力供应显得紧张,时不时会发生电压过低、电压不稳定的情况。

李小姐经常听到周围邻居、朋友抱怨家里的空调无法正常启动或使用。转眼夏季过去了,李小姐一直担心的事情始终也没有发生,格力空调一直陪伴着她,没有闹过一次“罢工”。

这件小事只是反映格力空调品质的一个缩影。消费者在购买空调时,可能更多地目光集中在空调的各项技术参数如能效比、制冷制热能量等,认为只有这些技术参数才能反映空调的可靠品质,而对于那些细节设计,比如高低电压启动、高低温度启动等性能,大多数消费者不太了解它们对于空调的真正意义。

目前,格力电器每年在研发上面的投入超过10亿元。多年在技术上的积累,也成为了格力电器抵御行业风险的法宝之一。

在珠海格力电器总部,公司耗费巨资建设了模拟环境研究实验室。通过模拟暴风雨、雷电等极端恶劣天气,可以准确检测到空调当时的工作状况。相关技术人员介绍,“通过这些极端恶劣天气的测试,可以保证产品的高品质。”

消费者的利益高于一切

诸多不利因素令本应红火一把的空调“小旺季”迟迟未启动,使得今年冬天更加“寒冷”,众多空调厂商无不出使浑身解数,以价格战、服务战、概念战、赠品战杀出重围。一向以“低调的华丽”而著称的空调巨头格力,没有随波逐流也没有摇旗呐喊,只是默默地履行企业一年一度的免费清洗保养活动,此举在业内引起轩然大波。有人给格力算了一笔账:格力目前全球用户超过了7000万,这意味着这项活动将消耗不菲的人力、物力和财力。

格力河南公司相关负责人坦言:免费保养的确会增加开销,但作为一个有责任心的企业,消费者的利益高于一切。独特的渠道优势,则是格力回馈消费者的强大支援团。经过多年的建设与发展,格力电器已经在全国各地建立了庞大的专卖店和售后服务中心

网络,仅在河南省内就2000多家格力专卖店,21家客户服务中心,500多个特约服务网点遍布城市乡镇。

格力旨在打造“百年企业”

随着空调品质、研发、技术、服务获得全面的领先优势,格力电器总裁董明珠称:“为消费者制造高品质、物优价廉的产品是格力的责任!”

综观世界经济发展史,我们不难发现,那些长期领导行业发展的领袖级企业,无不是将改善人们生活品质作为己任。在格力,这种己任就是“工业精神”!

2001年,格力电器在业界率先提出“打造百年企业,创立国际品牌”的发展目标,将“品牌建设”提上发展日程。格力为提升品牌美誉度而不遗余力:锤炼品质,每一个零部件精挑细选,每道工序精益求精;技术创新,打破国外技术垄断,实现从“中国制造”到“中国创造”的跨越;管理创新,先进管理方法与国际管理接轨;6年包修,服务创举,实力保证。凭借品质、技术、服务的强势举措,成功打造出“领跑世界”的国际品牌。

10多年的迅猛发展,格力电器业绩斐然:从一个当初年产不到2万台的毫不知名的空调小厂,一跃成为今天拥有珠海、重庆、合肥、巴西、巴基斯坦、越南六大生产基地、员工人数4万多人、家用空调年产能超过2700万台、商用空调年产能200万台(套)的知名跨国企业。目前格力电器的净资产20多亿元;连续13年产量、市场占有率均居行业第一。同时,格力电器在技术、营销、服务和管理等创新领域硕果累累,演绎了一首宏伟的中国企业改革发展的交响曲。

李红卫

国内消费市场商战并未受到全球金融危机的消极影响,相反,借着牛年新春开得早,各大渠道、家电厂商的联动促销近日纷纷上马。作为“岁末总攻”不可或缺的彩电,年年都是“重头戏”。据悉,11月开始的价格促销,让康佳等国产品牌销售逆势上扬。12月,康佳又携5000万开始第二轮促销攻势,全国范围内发起“超薄巨献、全球共享”主题促销活动。其中不仅有代表行业最高端水平的3.5CM超薄液晶电视i-sport68系列压阵,还有奥运珍藏版i-sport08系列主唱。活动期间,康佳将以低价和豪礼让利回馈广大消费者,图谋抢攻年关平板市场。

康佳多媒体营销事业部总裁穆刚则表示,外资品牌缺位11月份的价格战也为康佳等国产品牌让出了更大的腾挪空间,而康佳在终端开展的第三波“奥运冠军签名售机”活动成功拉动了终端销售。为进一步促使高端放量,康佳加大了高端

大屏的促销力度。实行差异化礼品策略,42英寸68系列价格下调10%,并准备了5.1声道豪华音响作为赠品,而32英寸、37英寸68产品也有不同豪华礼品相送!

据康佳彩电市场部负责人透露,为迎接提前到来的双节旺季市场,康佳早已筹备到位。高、中、低端产品层层“抢市”,千万的豪礼将为消费者带来惊喜,让广大消费者在感受康佳超值优惠的同时,也能享受更多的超值回赠。

活动期间,康佳3.5CM高端产品68系列42英寸主力规格价格下调10%,主流畅销机型30系列47英寸液晶仅售5999元,42英寸仅售4999元,32英寸新品LC32E62再创业内新低,仅售2899元!同时,消费者购买i-sport68系列运动高清液晶42英寸等机型,可获赠5.1声道豪华音响一套,另外康佳还准备了电暖气、电饼铛、电磁炉、电饭煲、新春豪华大礼包、新春挂历礼包等丰厚礼品。

李红卫

掀起双节优惠狂潮

康佳携千万豪礼

掀起双节优惠狂潮

TCL46英寸液晶电视

五大系列走俏

元旦春节的临近,46英寸大屏幕液晶电视成了彩电行业的消费热点。当前TCL已将全线液晶电视纳入促销阵营,仅在46英寸大屏幕规格区间,TCL拥有五大系列多款产品,形成高、中、低三档组合,全线涵盖业内主流的技术与配置,全面满足各个家庭的不同需求。在这一规格区间,包括“全球高清影像互动电视”X9系列、“全模数字一体机”系列、“经典窄边”系列、“自然光”E9系列以及“炫律”M61F等五大系列多款热销型号。值得注意的是,46英寸大屏幕规格,新近上市的TCL“经典窄边”系列,获得了消费者的高度认可,连续一个月在各大家电卖场,均打入最热销型号,成为46英寸大屏幕液晶电视里耀眼的“明星”级产品。在选择46英寸大屏幕液晶电视时,消费者需要认真考虑到自己的实际需求,多看多比较,TCL“冬季攻势”的开展,让消费者拥有了更多选择,享受到更多的实惠。

唐丽华

你家的热水器换了吗

早在1999年10月,国家质量技术监督局出台的《家用燃气燃烧器具安全管理规程》就明确规定:“燃气具从售出当日起,液化气和天然气热水器的报废年限为8年,人工燃气热水器的报废年限为6年”。然而,还有许多超龄燃气热水器仍在使用。

据燃气热水器专家介绍,使用超龄燃气热水器,至少会出现两大弊端。

第一,超龄使用的燃气热水器安全性能会越来越差。超龄燃气热水器的内部元器件已经老化,容易发生中途熄火、安全装置失效等问题,使燃气直接泄漏,容易引发燃气中毒。

第二,超龄使用的燃气热水器节能性会越来越差。超龄燃气热水器的燃烧率仅为出厂时的50%左右,耗气量不仅提高了一倍,因为燃烧不充分,产生的大量有毒废气对身体健康也非常不利。

因此,从安全和节能方面考虑,2000年前购买使用的燃气热水器均需更换。

方太公司积极响应国家政策,全力为顾客打造安全、节能的热水器。方太公司独家研发的“W”宽频技术具有良好的节能性,热效率比普通燃气热水器提高了8%左右。这一燃气热水器行业的重大创新获得2007年度中国轻工业联合会科技进步奖。

唐丽华

欧普获2008“中华慈善奖”

12月5日,由民政部举办的中华慈善大会上,2008年度“中华慈善奖”正式揭晓,欧普照明获得“中华慈善奖”的殊荣。这是我国照明产业首次获得政府最高慈善奖项。

欧普照明是唯一一家来自照明领域的获奖企业。对此有业内人士在接受记者采访时指出,欧普为全国上万家的照明企业树立了一个道德典范。欧普照明总经理

马秀慧却认为:“企业有大小,个人能力有大小,爱心没有大小,欧普只是做了一个良好企业公民应当肩负的社会责任。”

在四川抗震救灾工作中,照明龙头企业欧普通过中国红十字基金会,向灾区捐献1000万元善款,后又捐款近300万元。欧普照明为汶川地震累计捐款达到1300万元,用实际行动践行作为企业公民强烈的社会责任。

朗朗

迪信通获“2008年度中国手机行业最具影响力企业”大奖

12月20日,由人民网举办的“2008年度中国手机影响力高峰论坛暨年度手机影响力评选”在北京亮马河饭店举行。

会议对2008年度中国手机行业作了一个总结。迪信通公司在此次评选中与诺基亚、摩托罗拉等全球手机品牌企业一同获得“2008年度中国手机行业十大最具影响力企

业”大奖,总裁金鑫获得“2008年度中国手机行业十大最具影响力人物”,迪信通也是唯一获此殊荣的手机零售企业。迪信通相关负责人表示,这是对迪信通的充分认可,迪信通有信心和各大厂商达到双赢,不断努力服务广大消费者,打造全国最有竞争力、最具核心力、最具消费者满意度的企业。

冯刘克