

永乐电器年中倾城感恩

2009年上半年在炎夏酷暑中已经画上圆满的句号。年中盘点,河南永乐不仅超额完成2009年上半年销售任务,而且在河南家电市场领先第二名的竞争对手33%,再次达成在行业内领跑的喜人业绩。日前,为了庆祝这一优秀成绩的取得,答谢河南消费者的支持,本周末永乐将举办半年总结日庆功宴。届时,永乐将在全城让利回馈全城消费者,郑州市11大主会场将会有更多精彩上演。

本周末作为半年总结日,永乐电器联动彩电、冰洗、空调、厨卫、小家电、3C等全线厂商同时启动感恩回馈让利。而全线家电厂商也一致表示永乐的半年总结日同时也是众厂商的庆功日,因此,在永乐半年总结日期间,全线厂商将鼎力支持永乐投入千万促销资源用于让利消费者。同时永乐自身也将投入千万促销资源让利消费者,让全城消费者到永乐购物畅享实惠到底。

结算日感恩送清凉

据了解,近几天永乐中央空调销售同比激增300%以上,具有快速强劲制冷功能的节能、静音等优势直流变频空调尤其受追捧,其中又以1P、1.5P最抢手。“目前永乐货源已经全部到位,完全有能力保证河南市场的充足供应,让消费者度过一个凉爽的夏天。”不仅货源充足,据永乐相关负责人透露,结算日之际,格力、美的、海尔、志高、奥克斯等知名空调品牌均提供了大量价格低于市场价35%的特价空调,如千元以下的1P空调,2000元以下的1.5P空调,3000元左右的2P空调等,特价机总数量过万台。7月3日起,永乐万台特价空调机开仓泄洪,势必再度拉低河南家电市场的空调价格底线,永乐负责人表示,消费者可以放心到身边就近的永乐门店尽情选购。

作为河南最具实力的空调卖场,永乐拥有空调行业最庞大的售后服务队伍,上千人的专业安装人员,全部是经过专业培训的专业技师。强大的技术支持及培训机制,绝对能够保证永乐旺季空调售后服务的高效运转。

“6月中下旬以来连续37℃以上的高温,使得空调销量激增,事实证明了永乐不仅将售前、售中服务做得非常优秀,售后方面的表现尤其出色,消费者给我们的评价非常正面,百姓的口碑就是给我们的最好奖杯。”永乐负责人如是说。

结算日惠师生,凭证件直降100元

本周是永乐的半年总结日,同时也是各类学生全面进入暑假的开始。为答谢学生消费者对永乐的支持,本周永乐将全面爆发暑



促。据永乐负责人介绍,在此次暑假期间,河南永乐联合诺基亚、摩托、惠普、尼康、佳能等知名厂家一起,为满足学生群体的独特需求,通过凭学生证优惠、学生专属优惠机型、学生套餐、直接降价等各种优惠方式将价格拉至底线。如:为学生群体推出的笔记本最低价格已经跌破3000元,同时,河南永乐还与中国移动进行了强强联合,使此次学生节日期间,消费者相当于花1280元就可以购买一台海尔的专用3G上网本。学生购机凭学生证或考分购手机在议价后再降100元。数码相机直降100~300元加送100元生活小家电,数码摄像机八折再加送200元生活小家电,凭学生证、教师证购机还可加送价值100元精美暑期促销礼品一套。

暑假面对的是广大的学生及教职员工消费群体,这些消费群体较为时尚,也更关注商品的品牌价值。针对这类消费需求,永乐在暑假阶段联合供应商推出大量的新品机型,同时永乐还为暑假市场量身定做了“学生机型”和“学生套餐”。这些商品不仅外观时尚,配置高端,价格更是低廉,有着较高的性价比。

二七夜总“惠”让您“high”一夏

夏日的高温天气,清凉电器再次成为消费的热点。为了让消费者避开白天购物的高温环境,提供清凉的购物场所,永乐特于7月3日在二七广场店推出“夜总惠”活动以便更好



地服务消费者。家电夜市上的空调、冰箱等应时商品,及针对暑期学生的数码IT产品都将有大幅的让利,其中,手机、电脑、数码最高直降20%,空调、冰洗最高直降30%,彩电、音响最高直降40%,厨卫、小家电最高直降50%,现金直降、购物赠礼、超低价样机等多种形式的优惠,必定成为人们选购的热点。

晚报记者 李无双/文 赵楠/图



近期连续的高温天气促使本周空调将迎来更大规模的销售爆发。本周,五星电器出动特价空调全力冰镇高温,各大门店畅销机型海量供应。目前五星已与格力、美的、海尔、志高、海信等品牌达成共识,除了特价机型敞开供应外,五星响应国家“节能产品惠民工程”,在国家补贴的基础上又进行大力度的让利。预计五星空调整体优惠幅度在10%~30%。

五星:特价空调助“镇”酷暑

空调高温“放价”,节能产品大幅让利

空调靠天吃饭,天气越热销售越好。五星方面强调,即使是在销售旺季,五星空调价格也只降不升,本周,五星电器将趁高温对空调进行率先降价,目前五星电器已经同海尔、志高、奥克斯、美的等厂家完成特价资源调拨。海尔正1.5P空调KFR-35GW/03E-S4仅售2399元,AUX正1.5匹挂机1998元,AUX正1.5P空调KFR-35GW/SH(3)仅售2598元。

另一方面,为响应国家“节能产品惠民工程”,目前已经有美的、志高、奥克斯、海尔、格力等品牌在内的享受国家补贴的千余款节能空调在五星各大门店销售。在国家补贴的基础上又进行大力度的让利。

本周,五星电器空调降幅高达10%~30%,五星电器采销中心空调部介绍,目前五星1P~1.5P畅销机型备量占比最大,以五星目前的备货量,可以充分地满足旺季空调的持续热卖,前期充分的备货为五星空调高温“放价”提供有利保障。

五星空调送装服务全面提速

除了价格之外,空调旺季服务是体现商家实力的时候。本周五星全面提高安装效率,城区各大安装网点进入高效运作状态。经过前期严格培训的近千名技术人员经过国家相关权威机构培训上岗,严把空调安装质量关。五星工程师、技师经验丰富,人均安装空调的数量达5000套以上。本周,消费者在五星购买指定型号空调可以享受免费送货、免费设计、免费安装、免费检测等服务。

“缤纷3C 假日新生活”暑假本周开幕

暑假历来是学生购买3C装备更新换代的最佳时期,五星电器“缤纷3C 假日新生活”暑期促销本周开幕,五星整合厂家优势资源,以通信、数码品类联动的形式展开3C暑假,以满足消费者诉求为出发点,全面拉低手机、数码相机产品价格10%~30%。

五星电器通讯部负责人介绍,暑期促销拉

开后五星电器赢得了学生购机高潮,60%的手机销售来源于学生,诺基亚、索尼爱立信等年轻人热衷的品牌更是在暑假中销售一路攀升。

另外,电脑、相机历来是暑假期间商家和厂家联合促销,梳理库存、为新品上市做铺垫的最好时间,因此本阶段五星电器笔记本、数码相机大范围地调低价格将为消费者带来更多的价格实惠。本周,五星数码装备全面升级,MP3、MP4、卡片机、单反相机、摄像机、笔记本电脑全品类惠卖。

同时五星指出,暑假市场是电脑销售的爆发期,2009年笔记本将保持高速增长,从2009年的市场来看,笔记本正朝着外观绚丽、身形纤薄、性能强劲发展。笔记本也走出黑灰两色,红色、粉色、珍珠白等绚丽的外观开始大范围冲击人们视觉。价格适中,方便携带的“上网本”也正在成为上班族和学生一族的购买首选。 晚报记者 李无双/文 赵楠/图

(上接B01版)

抓住这样一个千载难逢的历史性的转型机会,实现彩电业“惊险的一跃”。

陆刃波:现在顾客希望电视能够直接收看高清数字节目,能够连接互联网下载播放网络高清电影,有更强大的娱乐功能,液晶电视已进入了全面升级时期。但每个产业的发展都伴随着一场场关乎生死存亡的鏖战,既有一批企业的光荣与梦想,也有另一批企业的黯然离场。历次的转型,都在上演着同样的故事。而在数字互联时代,跃过去则海阔天空,跃不过去则就会在新一轮的产业转型中被淘汰。

——朱言辣语——

事件:志高空调欲上市

6月29日,志高控股有限公司宣布,计划公开发售7250万股股份,最多募资资金1.65亿港元。预计公司于7月13日在香港联交所主板挂牌。

点评:虽然此次香港上市的预计融资规模与其一年前计划的7.8亿~11.7亿港元的融资规模相比,出现了很大的缩水,但志高坚持不懈寻求上市,一方面,上市可以让作为民营企业的志高获得企业发展需要的宝贵资金;另一方面,可以为志高的核心管理层提供股权激励的平台。

事件:国产彩电占据六成江山

根据奥维咨询最新的液晶电视销售数据显示,国产彩电品牌市场份额占有率已超过60%,国产品牌海信、创维、TCL名列前三名。

点评:国产品牌努力克服自身短板,积极与上游面板厂商合作,跟进新技术,开创新应用,在平板基本画质与应用领域的努力与突破,也是国产品牌逐渐压制外资品牌的一个重要原因。

事件:S*ST长岭股改被中止

S*ST长岭29日发布公告称,鉴于公司股东张中、李超胜分别在河南省桐柏县人民法院和洛阳市涧西区人民法院对公司股权分置改革相关股东大会的计票程序提出诉讼,目前公司股改方案尚不能实施。

点评:长岭股份如果2009年继续亏损将面临退市的风险。因此,目前对于公司而言,首要的是生存问题,实现资产重组、债务重组是解决公司生存问题的关键,而先决条件是要通过本次股改,为资产重组、债务重组的顺利实施打下良好基础,但S*ST长岭被股东起诉,使股改方案不能实施,直接导致公司资产重组无法最终实施,会面临破产清算的风险。

事件:海尔增持上市公司

5月21日到6月24日,海尔集团增持30万股和1385.39万股,各占公司股本的0.02%、1.04%。

点评:其实香港的海尔电器白电资产回归A股,这个整合方向2006年股改后资本市场就已有预期。最后拟订的方案是两步走:先是股权整合,然后业务整合。尽管对于此次增持的原因,海尔给出的官方说法是“基于对中国资本市场长远发展及对本公司经营前景的信心”。但整合进度目前难言可控性。

事件:百思买叫板国美苏宁

日前,美国最大的家电零售商百思买宣布将在中国开设7至12家新店,目标直指竞争对手,本土的国美电器和苏宁电器。

点评:百思买的这一新动向当然不会被国美电器和苏宁电器所忽视。事实上,早在百思买宣布扩张之前,中国的家电零售行业就在不断变化,本土的两家市场领军企业已经开始对自己的营运模式进行了改革。特别是现在的在线购物网络正在蓬勃发展,对于本土家电连锁巨头而言,它们越来越有必要在提供优惠价格之外为客户创造更多价值。