

新国标出台,风向一边倒

洗衣机向“净好”看齐

洗衣机行业新国标——GB/T4288-2008《家用和类似用途电动洗衣机》已于9月1日实行。

新标实施20%洗衣机将淘汰

据了解,本次国标修改是第三次,前两次修订行业国标解决的是“能不能洗”和“能否洗干净”的问题,本次国标修订要解决“能否洗得好”的问题。新国标中对羊毛洗涤和洗净均匀度性能进行了具体要求,对于不符合要求的约20%洗衣机要淘汰。

新标准中规定:羊毛洗涤性能的规定值为洗净比应不小于0.65,缩水比应不大于0.70。其中,磨损比滚筒洗衣机不大于0.60,波轮洗衣机不大于0.70,搅拌式洗衣机不大于0.75。

此外,由于此前行业标准缺乏对洗净均匀度的考核,使得一些企业钻了标准的空子,因此此次标准修订特意增加了对洗净均匀度的检测方法和限定值的规定,这对洗衣机洗涤质

量的衡量至关重要。新标准规定,波轮式洗衣机洗净均匀度的限定值为不小于86.0%,滚筒式洗衣机不小于92.0%,搅拌式洗衣机不小于94.0%。

河南苏宁电器总经理王军说,新国标将对洗衣机产品的洗净比、含水率、噪声、耗水量、洗净均匀度、无故障运行时间等六个项目进行分等分级,每个项目分为A、B、C、D四个等级,6项指标检测结果全是A级的将被评为6A洗衣机。“通过6A认证的洗衣机产品,将张贴统一的金色6A认证标志”,这将成为消费者选购高端洗衣机的重要依据。呼和浩特市的部分洗衣机已经有6A认证,消费者可以在商场看到。

节能节水成为洗衣机趋势

记者采访时发现,由于洗衣机全行业在技术储备上已经达到国际较为先进的水平,主流厂家普遍反映达标没问题。相比之下,一些不规范的小厂家将不得不面临严峻的考验,凡跟不上行业发展步伐的企业必然遭到淘汰。

在市面上我们可以看到,松下变频变频一体机成功搭载了松下斜式滚筒洗衣机阿尔法系列的烘干技术,并创造性地将变频技术和烘干技术融为一体。新品采用高端滚筒洗衣机使用的凝露式智能烘干系统。使用该烘干程序后,衣物较自然晾晒的衣物更加蓬松,手感更加柔和。它还采用了更加节能和静音的松下变频电机,使用该电机单次洗涤耗电仅为0.09度,脱水噪音仅为60分贝。

在洋品牌纷纷打出节能节水牌的同时,本土品牌也在暗暗发力,如海尔洗衣机从设计开发阶段就秉承节水、节电的理念先后推出了“双动力”、“不用洗衣粉”、“洗净即停”等节能环保型洗衣机产品。

小天鹅洗衣机营销经理介绍,小天鹅产品的部分洗衣机已在节前得到了6A认证。此次认证发布的洗衣机行业新标准有11项,虽然一些条款将增加成本,但也有些条款会降低成本,总的来说对小天鹅产品会有一定的影响,但整体成本影响不大。从技术方面来看,公司产品完全可以达到国标所要求的水平,并且在相当多的指标上优于国标。

河南苏宁电器总经理王军表示,节能和节



10月30日~11月8日
大商电器新玛特店
店庆值得期待



10月30日~11月8日,大商电器新玛特店将进行大型的一周年店庆营销,力度之大,定会让消费者瞠目结舌。

回顾红海遨游,大“势”取胜

在我们当今的市场,存在着“红海”和“蓝海”的差别,其中,红海是人们所熟悉的、充满激烈竞争的、已有的产业空间,譬如传统的家电销售业。

价格优“势”首当其冲

2008年,大商电器110亿的市场,将各个电器品牌牢牢吸聚在身边。作为多家电器的代理商,与厂家直接对接,节省了大量销售成本,并将之反馈于民,此次新玛特店店庆,各品牌更是竞相倾情出仓。

信誉经营金字招“势”

经商之道,诚信为本。大商电器各采购部门将在进货环节就开始严把质量,与厂家签订质量保证协议,产品上市前严密地检查商品质量,绝不允许残次品流入店面进而进入消费者手中。此次大商电器新玛特店店庆,大商电器更是将独创的“优+服务”带入绿城,让绿城成为大商电器“优+服务”开展第一站。

惊现蓝海 出奇制胜

与“红海”战略相对的是“蓝海”战略。在家电销售业,“红海”战略意味着在传统经营模式中熟知战斗规则,凭借自身优势压倒对手制胜,而“蓝海”战略则代表着要富有创新精神,要实行差异化经营。

力走高端

形成局部区域特色优势

对于国内竞争十分激烈的家电市场来说,战略布局意义非同一般。只有合理的布局,才能充分地发挥整体的优势。在22年的发展当中,大商电器十分注重自身战略布局,所到之处,无不震动全城。目前,大商电器在河南郑州地区仅拥有三家店面,通过此次新玛特店升级改造,逐步提升自身的品牌形象和战略地位,并形成以郑州、开封、漯河、新乡、信阳等地为中心的十五家到二十家网点,形成疏而不漏的连锁网络,增强大商电器自身的竞争力,更好地为消费者服务。

90%合资品牌入驻

抢占战略至高点

对于消费者来说,大商电器及旗下各店是大家非常熟悉的专业家电卖场。这里是全品类家电产品的盛会,不仅有彩电、冰箱、洗衣机、空调,手机、电脑、数码产品也是应有尽有,只要你愿意,就可以在这里“一站式”购齐。特别值得一提的是,此次调整后的新玛特店不但继承了全品类大卖场的特点,同时由于90%合资品牌入驻,使得这里成为了时尚与高端的代名词,福库、西屋、虎牌、德龙、ACA……只要是著名家电合资品牌就能在这里找到它们的身影,届时,各合资品牌的新品发布会、流行产品展示会、全新全线全系列的家电商品活动将陆续精彩亮相,一场高端品牌的盛宴将从这里打响。

李无双

节能惠民不能仅靠宣传 关键要落实到产品上

格力:品牌为本 品质为王

截至9月份,空调下乡双料冠军格力销量占行业近半壁江山;双节期间格力主动出击引领行业淘汰5级能效空调,真正做到“2级能效5级价格”,“高效不高价”,淘汰了5级电老虎空调;紧接着格力率旗下变频系列全线返现千元,淘汰30赫兹变频落后产品……伴随格力全系列高效空调普及步伐的加快,其掀起的这场空调节能转型风暴使空调业提前进入节能环保新时代。

“过去高效节能空调省电但价格高昂;普通空调耗电高但价格低廉,消费者总是在两者之间很难作出选择。格力坚持自主创新,掌握核心技术,凭借自身规模优势,加大市场推广力度,为的是能让更多的老百姓用上高效节能的好空调。”格力负责人表示。而其被业界称为直流变频空调新的技

术标杆,拥有100%自主知识产权的15赫兹变频技术产品,更是成为淘汰30赫兹变频产品的利器。

有专家指出,当前市场上流通的变频空调主要以30~100赫兹直流变频技术为主,其与15~120赫兹的变频技术存在明显“代沟”,15赫兹运行不停机,更稳定、更恒温舒适,两者相比15赫兹变频更省电一半以上。据了解,格力每年在科研上的投入都超过10亿元。拥有专利技术2000多项,其中发明专利300多项,开发产品品种规格超过7000款,制冷行业唯一的一个国家节能环保制冷设备工程技术中心今年落户格力,令同行望其项背的技术优势无疑已成为格力掀起这场节能大会战的重要砝码。

“王者即出,谁与争锋?”行业老大格力对

节能空调的高调推广,自然带动了各家电厂商纷纷大幅调整生产和营销策略,积极推广高效节能空调,同时,消费者坦言:商场里各种宣传天花乱坠,之前看电视还发现有虚假2级空调的事,都颇为担心。如今,看到格力实力出手,才终于放心购买了,买世界名牌,就是有保证!

上至宏观经济层面,下到消费者的“省钱大计”,可以说,普及节能省电空调已成社会各界共同努力的方向。特别是在国家号召全民节能减排的时期,格力空调引领行业全面淘汰5级能效空调和落后变频技术产品的举措,已充分显示出一个世界名牌雄厚的研发实力和以实际行动回馈社会、回馈消费者的高度社会责任感。

李无双

迪信通3000万资源打造黄金月

通讯连锁力推“后黄金周”

记者昨日获悉,由于国庆黄金周通讯连锁销售出现销量井喷现象,迪信通将继续投入3000万资源,全线手机、配件等通讯类产品依旧保持价格低于节前25%水平,3G手机大额返话费,并在全市门店随机附送蓝牙耳机……

根据迪信通数据显示,十一期间手机销售较去年同期增长超过30%,环比上月增长超过110%。

此次黄金周通讯产品销量井喷,很大程度

上提升了通讯连锁在10月的销售信心,迪信通再次投入3000万资源,也是为了抓住市场需求,延续黄金周消费增长趋势。

今年十一3G产品销量增幅最大,环比增长150%,日销量超过400台,而售价在1500元至2500元间智能手机销售占到35%左右份额,成为今年通讯市场销售一大亮点。

对此,迪信通总裁金鑫表示,黄金周后通过和中国移动等运营商合作,迪信通将继续加大3G产品采购力度,以应对市场需求。同时由

于经济复苏,消费者购买力增强,中端价位手机销量增长明显,预示着经济回暖给通讯市场带来新的商业机会。

中国电子商会副秘书长陆刃波分析认为,黄金周期间大量市民选择外出旅游,没有选择消费过节,随着大量出游人群回归,此部分消费者将成为后黄金周消费主力,迪信通此时借势发动后黄金周市场攻势,将激活整个10月通讯消费市场。

冯刘克