

40 获奖读者现场抽奖 800 元充值卡等你来拿

谁将是中原家电界智慧的脊梁

各奖项候选名单继续投票中,请您投出圣神一票,网络投票 <http://www.heacn>



辞春别夏梦缤纷,秋叶经霜赤更纯。寒剑出鞘冷逼人,品茶论商高山魂。

随着越来越多家电界的英雄们先后接到“英雄帖”,2009年中原家电界嵩山论剑越来越受到社会各界的广泛关注。“评选的目的无外乎表彰先进或树立榜样,从饱受争议的福布斯到充斥各类媒体的‘超女’、‘快男’,经由现代传媒点石成金,在吸引眼球的同时推动着传统经济、社会形态的发展。”家电网主编李韬分析说:“本次‘嵩山论剑’具有两大特点,一是具有广泛性——几乎囊括了所有家电品牌;二是读者现场抽奖更保证活动的公正性——读者全程投票,而且为鼓励读者投票,还设立了40位读者参与奖,第一名奖金高达800元的手机充值卡。”

自从2009年11月6日“嵩山论剑”的“英雄帖”(读者问卷调查)发出后,谁是2009年中原家电界最受关注的品牌这一话题不仅成了业内人士最关注的话题,也成了不少普通消费者茶余饭后议论的话题。记者从活动组委会了解到,截至目前,本报共接到读者回复的“英雄帖”467份,而刊登在电网上“英雄帖”,截至11月19日16时,共接到网民投票1955人次,不仅引起了各路家电企业的高度关注,更引起了不少消费者的高度关注,本周美的、长虹、海尔、海信、创维、TCL、格力等企业品牌暂时名列第一届(2009)影响中原百姓生活的十大品牌前几名。

“排名一直在变,而且从前两周的排名来看,排在前面的都是一些比较受消费者欢迎的品牌,而且随着活动的深入,排名还将会不断发生变化,究竟哪家能笑到最后,不到‘嵩山论剑’结束是很难见分晓的。”北京大学经济研究所客座教

授贾福春指出:“对于2009年的总结与评选一如既往地成为年初各类媒体的必行之事,对灾难的反思,对荣誉的回顾,对这个带着复杂情绪年度的思索等。作为主流媒体,一直把‘以新闻纸建设郑州’作为理念的郑州晚报,在年终岁尾召开本次中原家电业的‘嵩山论剑’,无疑将成为中原家电界的风向标。通过回眸和梳理,能更全面地把握时代发展的大势,更清晰地了解我们肩负的责任。”

“今年是不平凡的一年,今年是新中国成立60周年,也是21世纪第一个10年的最后一年,而且同时也是郑州晚报成立60周年,在这个时候对中原家电界进行一个盘点显得更加有意义。而通过本次评选不难看出,‘责任’二字成为此项活动的首要评选标准。”创维电器河南分公司总经理文安德用六个字总结企业家在2009年的表现,他说:“责任,奉献,创造。这六个字是我们对过去一年的总结,但作为企业家承担的不仅是对过去一年的贡献,更多看未来的一年。”

“我们不仅要让我们中国百姓家里,中国的企业里面,甚至是世界上,我们的美的空调也是最优秀的企业。”郑州美的制冷销售有限公司总经理张崧指出:“作为一个成功的企业,要承担的责任,更多是一种自信自强,我们不能靠依赖,靠别人的支持,而是靠我们自己的自信心,我们海信作为家电业的领跑者,在遇见暂时的困难时,不仅要活下去,而且要活得更好,而且要同行业共同发展,这就是在‘嵩山论剑’上我们要和同行探讨的话题。”

嵩山高万尺,洛水流千秋。2009年,中原家电市场谁是真正受消费者欢迎的品牌?面对着这份响当当的候选人名单,面对着诸位业界的翘楚和他们的“先进事迹”,我们更愿意用一份“责任”来衡量其成功与否。正是这份责任,让我们看到这个群体,用超越个人私利之上的艰苦探索,为中原发展注入了弥足珍贵的精神血液,赢得了消费者的尊重。成为昭示未来方向的榜样力量。

晚报记者 樊无敌

张学斌:谁都不是圣人

黄宏生前一段在欧洲旅游,现在到海南旅游,他一直在休息。相信他在做一些愿意做的事情,现在没有在创维公司里面,黄宏生身上有许多优点,也有一些做得不好的地方,谁都不是圣人嘛。他愿意学习与改正,这是许多高层都愿意与他一起奋斗的原因,也是他个人魅力所在。创维 CEO 张学斌就“创维创始人黄宏生是否回到创维工作”时,首次谈了对他的看法。

韩伟:空调竞争在于企业的组织竞争力

今后的市场竞争不仅是产品性价比比拼,更关键是要看企业的组织竞争力,因为未来企业成功的关键,是要看其定位是否专注,定位是否明确,看企业有没有一个高效的组织体系来实现其目标定位。格兰仕调整机公司总经理韩伟就“空调产业系统缺乏有效组织”时指出。

朴根熙:在华成败关乎全球成败

中国在全球销售战略中起到核心作用。中国在经历了全球经济危机后还有望实现经济8%以上的增长并不断成长为世界上最具购买力的市场。而在这样一个市场上,谁都不能忽视外资企业和本土企业将展开的更加激烈的竞争。如果不能在中国市场获得成功,就更不能在世界上获得成功。这是在中国的三星工厂必须具备世界最强制造能力的理由。中国三星朴根熙社长就“如何提高中国及全球各地工厂的制造竞争力”时如此表态。

斯特林格:消费电子市场尚未出现反弹迹象

就目前情况而言,电子消费市场尚未出现复苏的迹象。因此还难以确定世界经济已经进入了稳步复苏的进程。而索尼的电子消费品业务并没有显现出明显的复苏态势。所谓的转折点并没有如我们所想象的出现。我们一直在期盼的一个积极信号并没有到来。索尼公司首席执行官斯特林格就“电子消费市场是否出现复苏的迹象”时断言。

在同质竞争下 谁在影响百姓的生活 在同质竞争下 谁在影响百姓的消费 在同质竞争下 谁在影响百姓的行为

2009年谁是家电市场英雄问卷调查

填写问卷的读者即可参与《2009年谁是家电市场英雄问卷调查》抽奖,奖品有“耗电量仅为普通电热水器的1/4、燃气热水器的1/3和太阳能热水器的1/2的菲尔普森空气能热水器”提供赞助:

- 一等奖一名: 将获得价值800元手机充值卡;
- 二等奖两名: 将获得价值500元手机充值卡;
- 三等奖十名: 将获得价值100元手机充值卡;
- 参与奖30名: 将获得价值50元手机充值卡。

主办单位: 郑州晚报

支持单位: 国家电网 家电heacn网
人民家电网、新华家电网、
腾讯家电网、《家电商情》

一、你认为(2009)影响中原百姓生活的十大家电品牌是:

海信	海尔	康佳	创维	春兰	TCL	海信科龙	新飞	长虹	格力
美的	志高	万家乐	格兰仕	奥克斯	方太	老板	美菱	新科	厦华
西门子	Panasonic	LG	东芝	夏普	索尼	三星	三洋	飞利浦	太阳雨
三菱	小天鹅	万和	惠而浦	阿里斯顿	A.O.史密斯	清华同方	帅康	容声	樱雪
苏泊尔	九阳	前锋	艾美特	华帝	博世	荣事达	威力	华凌	夏新

二、你认为(2009)影响中原百姓消费的十大家电产品是:

海信电视	海尔冰箱	康佳电视	创维电视	海尔空调	TCL电视	海信空调	海尔洗衣机	长虹电视	格力空调
美的空调	志高空调	海尔电视	格兰仕空调	奥克斯空调	方太厨卫	老板厨卫	美菱冰箱	新科电视	春兰空调
西门子冰箱	Panasonic电视	LG电视	东芝电视	夏普电视	索尼电视	三星电视	三洋洗衣机	太阳雨太阳能	飞利浦小家电
三菱空调	小天鹅洗衣机	万和热水器	海尔热水器	阿里斯顿热水器	A.O.史密斯热水器	格兰仕微波炉	帅康厨卫	容声冰箱	樱雪厨卫
苏泊尔厨卫	九阳豆浆机	前锋热水器	艾美特小家电	华帝厨卫	科龙空调	海信冰箱	西门子洗衣机	Panasonic洗衣机	新飞冰箱
博世洗衣机	荣事达洗衣机	美的微波炉	清华同方电视	万家乐热水器	美的豆浆机	威力洗衣机	夏新电视	华凌冰箱	厦华电视

读者投票方式: 请将填好的问卷答案, 寄至郑州市陇海西路80号郑州晚报家电部收, 邮编: 450007
网上投票方式: 请登录家电网站 www.heacn, 投票日期截止到2009年12月10日

来信敬请留下联系人的姓名, 电话, 身份证号码以备抽奖。

投票人联系信息 姓名: _____ 电话: _____ 身份证号码: _____