



临近岁末,节前消费潜能的上升已经驱使各家连锁商家都铆足了劲,那么,今冬谁的促销更抢眼?答案是,永乐花园店。以全美式的新风格登陆郑州的永乐花园店,其星级购物环境、家电专家导购、购物轻松悠闲的新模式备受消费者欢迎。本周是永乐花园店开业庆典的收官之作,为此该店将于今日开始展开为期三天的“感恩郑州”活动。 晚报记者 樊无敌/文 赵楠/图

永乐花园店 开展三天“感恩郑州”活动

十大品类电器 优惠幅度颠覆行业常规

开业以来,永乐花园店里每天都是人群爆满,实惠的价格及超力度的促销活动吸引了无数消费者,彩电、空调、冰箱、洗衣机、厨卫、电暖器等各类家电全面开花。

火爆的人气以及飙升的销售业绩,吸引了500多家中外家电供应商纷纷将优势资源倾注永乐花园店,笔者日前打探到,永乐花园店将继续加大直降力度,超低折扣低至八折以下,发起开业“感恩”狂惠攻势,将数量更多的特价资源投放到市场。本周末,在永乐花园店,夏普、西门子、索尼、海尔、三星、创维、康佳、海信、格力、华帝、九阳、诺基亚、摩托罗拉、联想、惠普等500多个知名品牌将再次迎来降价;其中,大屏幕液晶电视优惠20%~40%;冷暖型空调直降300~800元,购空调套餐最高可送1000元~1500元;冰箱、洗衣机类电器最低可达到七折以下。

花园店 郑州家电卖场的新典范

除了精心准备的超级家电折扣大餐外,永

乐花园店还备下了诱人的礼品大餐,顾客在花园店购物满一定额度可享受不同等级的豪华礼品。19英寸液晶电视、26英寸液晶电视、32英寸液晶电视等这些价格不菲的豪华电器将被作为赠品悉数送出。另外,还有海量的电饭煲、豆浆机、料理机、电压力锅等生活小电器礼品;手机、数码、电脑类的赠品更是丰富多彩:话费、蓝牙耳机、音箱、数码相框、包、三脚架、电池礼包、读卡器等共有50多个类别2000多件。不仅礼品丰富,本周活动的赠品力度使全线商品价格再次降温的同时让消费者们的热情继续升温。

11月13日,具有家电业态变革历史意义的全美式家电卖场永乐花园店空降郑州花园商圈,它的出现,不仅代表着永乐旗下又一家超级家电卖场的升级换代,更代表着一个家电连锁新业态的诞生。据永乐相关负责人表示,13日开业当天,永乐花园店的客流量已然突破了历次旗舰店的开业单日最高客流纪录,全美式家电卖场试水郑州获得了巨大的成功。

制热不满意无条件退换 美的变频加速空调行业洗牌

品质见证先行

美的变频占据27%市场份额

早在今年3月,美的变频空调就曾启动“世界品质,全民见证”活动,以优良的品质和完善的服务力推“放心变频”,即“先进技术+稳定品质+专业服务=放心变频”,取得了巨大市场成功。据国家信息中心统计数据显示,截止到2009年7月,美的变频空调市场占有率达到27%,稳居行业第一。在今年9月权威调研机构中怡康对变频空调十大畅销型号的统计中,美的变频空调继续领跑排行榜,成为消费者的首选空调品牌。

2009空调冷冻年度,变频空调销售增速达56.24%,销量已占空调总销量的17.33%。

变频市场迅速增长

美的销售目标升至300万台

郑州美的制冷产品销售有限公司总经理张崧表示,如果说2009冷年是变频空调发展的一个契机,那么2010冷年必将是变频空调全面提升的一年。据有关专家预测,在2009空调冷冻年度变频空调市场份额创新高并且三、四级市场迅速启动的基础上,2010冷冻年度变频空调市场份额有望达25%,扩张势头强劲。

面对高速发展的变频市场,美的凭借准确的市场把握和对变频空调未来发展的坚定信心,在11月变频零部件供应商大会上宣布,2010年美的变频空调国内销售目标将确保300万台,争取达到350万台,吸引了包括美国IR公司、华润三洋压缩机、松下电机、三洋半导体株式会社、日本芝浦电机等在内的全球顶级上游供应商,共同构筑国内变频空调行业至今最优质、最大规模、最高规格的战略化采购平台。

据了解,这是仅仅两个月前宣布国内销售目标200万台之后,美的大幅上调对2010年国

内变频空调市场的预期,再次彰显了美的强劲的实力和发展变频的坚定信心。300万台的销售目标,不仅进一步巩固美的变频空调的市场地位,更是推动变频空调的全面普及,有可能引发整个空调市场格局的改变。

消费者主导时代

美的品质赢得信赖

美的变频空调能在这个群雄逐鹿的时代稳坐市场头把交椅,主要是源于美的以消费者为导向的发展方向。

郑州美的制冷产品销售有限公司总经理张崧表示,美的变频空调的品质信心,是建立在与全球十二大核心部件供应商的战略化采购平台之上,是建立在美的空调贯穿研发、采购、制造、物流、安装、售后的全流程品质控制能力之上,是建立在美的旗下的变频压缩机产销量稳居行业第一的产业链战略优势之上,是建立在5年前就与东芝开利战略合作后对直流变频核心技术的掌握之上。

制热不满意无条件退换

美的变频巩固市场第一

针对消费者寒冬制热的需求,美的变频空调全面启动“制热不满意,无条件退换月”活动,采用超强核心配置,四大制热核心技术支撑全面领跑空调市场,为消费者驱散严寒。美的变频空调的130赫兹超高频制热设计,安全、高效的可控电辅助加热功能,双转子压缩机的双汽缸制热动力,高金镀膜换热系统等制热核心技术、部件的应用,均使美的变频空调的热交换高效持久,为用户营造一个温暖的冬季。

据悉,“制热不满意,无条件退换月”活动的启动,美的变频空调以消费者洞察为基础的营销模式成为主流,为家电企业树立榜样。

晚报记者 樊无敌

>>>每周声音

李东生:没有液晶面板寝食难安

液晶面板受制于人,让人时时心痛。经过多年的努力,中国企业在CRT彩电建立起了完整的产业链,走过了一条引进、消化、吸收,到完整配套的产业历程,让中国彩电业

崛起于世界。但每每想到中国彩电“缺芯少屏”的现状,我就寝食难安。TCL总裁李东生就“液晶、等离子面板都要从国外进口”时如此感叹。

张瑞敏:企业一定要通过并购掌握资源吗?

所以我觉得互联网时代,其实是一种互换资源的过程。如果你有很多的资源,你可以通过用这些资源去交换另外你缺少的资源,完全可以最后创造出你的品牌。不一定是通

过并购。当然如果你有这个能力去整合,融合人家这个文化的话,那并购是非常好的。海尔集团董事长张瑞敏就“国际并购中不同文化融合”时表示。

杨东文:“做面包的”不一定要种小麦

电视生产是一个行业,面板又是一个独立的行业,不能说我们做面包的就必须要种小麦、做面粉。现在还没有一家企业或一个国家有能力垄断全球的面板行业,

而一条线要两三百亿,创维必须要量力而为。创维集团副总裁杨东文对于“行业内大范围地集中上马高投资项目”显得并不很“感冒”。

陈晓:国美精细化管理之旅刚刚迈出第一步

销售收入减少、净利润下滑的主要原因是第一季度宏观经济环境疲软及实施网络优化使门店总数减少。而国美和国外同行领先企业的规模相当,但毛利水平相差较大。国美必须通过开支控制、精细化管理、改善零售关系

等措施提高盈利能力。精细化管理在国美才刚刚迈出第一步,我对国美有信心,不会再减持股份。国美电器董事局主席兼总裁陈晓就“国美实施网络优化策略、门店数量减少”问题解释说。

黄家海:格力放弃部分海外订单确保利润增长

2008年格力电器在研发上投入了将近20亿元,这保证了公司技术的进步和新产品的更新。而面对金融危机,格力电器主动放弃了一

些海外市场 and 海外订单,这在一定程度上保证了企业利润的增长。格力电器股份有限公司总裁助理黄家海称。

刘福中:三星召回冰箱并非首例

事实上,产品召回属于国际惯例,已被列入法律规范中。惠而浦只是实施了国际召回准则,也因此开启了中国家电行业首例召回案例。对问题产品实施召回是对消费者负责,也是企业社会责任的延伸。惠而浦是敢于吃螃蟹的人,表面上看召回问题产

品对企业增加了维修、更换、退货成本,实际上提高了企业的社会信誉,赢得消费者的信任。中国家用电器协会废旧电子电器再生利用分会会长刘福中就“三星电子在中国召回冰箱,属首例召回事件”时表述不同的观点。

节能惠民寒冬送暖 志高空调三喜临门

入冬以来,北方出现百年罕见的大雪,加之供暖价格的集中上调、燃煤价格直线攀升,致使双温空调成为广大市民今冬的新宠。各大家电卖场前来购买冷暖空调的市民络绎不绝。众多空调品牌中,志高空调更以强大的品牌拉动力和可靠的技术品质脱颖而出,成为消费者购机首选。

晚报记者 樊无敌

百姓青睐双温空调
志高销售拔得头筹

从志高各地市场收集到的信息,自11月中旬开始,志高空调的总体销量比去年同期增长了40%以上。

记者来到国美等家电卖场,前来挑选志高空调的顾客络绎不绝。据导购员介绍:“不少消费者是指名购买,志高空调节能惠民产品,超低温启动,快速制热/冷,比普通空调节能30%,而价格不到同类机型市场零售价的一半,并且有零配件终身免费更换服务,顾客都买的放心,用的省钱,我们这仅一个上午就卖出了10多套。”

政府补贴领衔夺冠
节能惠民荣获大奖

记者从志高空调获悉,首批节能惠民国家补贴已经下发到位,志高成为空调行业获得国家首批政策补贴最多的企业,且这一数字还超过了补贴榜排名第二与第三位的总和。据中国标准化研究院王若虹主任透露,节能惠民工程销量统计显示,志高在6、7、8三个月均夺得行业冠军。

在国家发改委与财政部公布的第一批高效空调补贴推广目录上,志高所中标的1级能效产品数量达到112个,占整个行业的34%,成功摘得1级产品“中标数量最多、产品能效值最高、产品性价比最高”等多项桂冠。而随后公告的第二批目录中,志高又以中标总数261个、1级能效中标192个,再次雄居行业各大空调品牌之首。



2009年10月,国家信息中心发布了《2009年家用空调白皮书》,并授予志高“国家节能惠民贡献奖”、“国内市场先锋品牌”以及“国际市场先锋品牌”等三项大奖,更进一步见证了志高空调在节能惠民方面的卓越表现。

节能新品抢鲜问世
铂金版“郎月之光”

凭借多年来在空调节能技术上的积累,志高空调节能大家族,组成了以三超王、北奥之光、厅之骄子三大系列为核心的强大阵容。现如今,节能家族再添新成员。据志高技术中心负责人介绍,新品铂金版郎月之光系列预计于12月正式问世,新品采用第三代内滑盖设计,经过全面可靠性测试;外观采用“晶”品钢化玻璃面板,在光线的照耀下,折射出犹如月光般的朦胧质感,简约而大方;在技术上坚持节能、健康、静音、环保的开发理念,但在定位上,却有别于其他产品高高在上的形象,开拓出一条高端产品平民化的普及之路,势必将成为志高2010年节能惠民普及风暴中的又一杀手锏。