

# 365天,有您,有我的声音

## 《郑州晚报·第一家电》创刊一周年大事记

《郑州晚报·第一家电》一岁了,过去的365天,我们与您一起跨越并实现了每一个共同的梦想!

当然,过去的一年里,融入的不仅仅有这些表象的东西,还有大家强有力的支持,支撑着我们义无反顾地前进!我们坚信,在未来的365天以及更长的日子里,《郑州晚报·第一家电》与你同样能够收获每一个共同的精彩!

本报记者 朱江华

### 2009年媒企联手共赢未来

7月24~26日 创刊前夕,“第一家电”与来自海信、海尔、TCL、长虹、创维、格力、康佳、志高的家电精英们驱车200公里来到尧山(石人山)脚下。郑州晚报“第一家电”的记者编辑与国内众家电名企就如何共赢进行研讨,国内众家电名企希望“第一家电”站得高,看得远,并能成为中原地区国内家电企业与消费者等充分信赖的中原最佳媒介平台,对家电行业的发展与百姓理性、科学消费起到有力的推动作用。

8月7日 全新创刊的《郑州晚报·第一家电》第一期版面,隆重登场;来自国内众家电名企的领导和中国家电知名专家共同题字,希望“第一家电”在家电未来走势、格局变动等方面多做点工作,为企业及消费者提供有价值的参照。希望“第一家电”成为消费者与企业信赖、尊敬的权威家电媒体。

8月21日《郑州晚报·第一家电》携手TCL彩电举行“以旧换新”活动,开创了主流

媒体与实力企业创新合作的新模式,是《郑州晚报·第一家电》探索媒体与企业深度合作的一次大胆尝试,也体现了《郑州晚报·第一家电》“媒企联盟,携手共赢”的宗旨。双方一致认为《郑州晚报·第一家电》与TCL电器将对优势资源进行深度整合,共创双赢、多赢,实现品牌互动、资源共享。

9月20日 中秋节将至之际,《郑州晚报·第一家电》携手海信、TCL、长虹、创维、海尔、康佳六大彩电巨头在郑州丰乐园举行了“十一看电视,购买计划”,确定了“媒企”之间如何利用联合资源优势为消费者作出更深层次的服务——“1+1>2共识”,获得与会老总的高度认可,并在9月25日推出了“国产彩电六巨头各献妙品,助力国庆视觉盛宴”特刊。

11月6日《郑州晚报·第一家电》联合中国家电网、家电he.cn网、人民家电网、新华家电网、腾讯家电网、《家电商情》举办第一届

(2009)中原家电品牌影响力高峰论坛年会启动仪式在郑州展开,并向社会公布(2009)中原家电品牌影响力调查问卷。

12月19~21日 首届中原家电行业高峰论坛暨颁奖盛典在嵩山少林寺禅居饭店举行,中国著名家电产业评论家罗清启、北京大学经济研究所客座教授贾福春及家电he.cn网主编李韬、《家电商情》主编张国甫共十位国内知名专家、资深人士以及50余位中原家电业的领军人物和营销精英齐聚嵩山共同纵论2009年得失,触摸2010年家电行业发展脉搏。首届中原家电行业高峰论坛组委会经过一个多月的严格评审,同时采取网上以及读者投票,一个月时间近3万名读者参与了投票。最终筛选出100名入围人员,再经过组委会的最终表决,票选出“特殊贡献奖1位、首届2009影响中原百姓生活十大品牌、首届2009影响中原百姓消费十大产品、首届2009改变百姓购物行为的十大营销人物”。

### 2010年媒企风雨同舟占市场

1月8~29日《郑州晚报·第一家电》与中国知名家电企业海信科龙结合国内冰箱市场热点问题以及河南家电市场战略走向,联合举办“0.25度节能冠军——容声冰箱系列”报道,受到读者和家电界的好评。

1月15日 22日,《郑州晚报·第一家电》搜集整合了大量新闻事件,从公正、客观、专业的视角,盘点出“2009年中国家电十大事件”,并邀请了资深的中国财经资深评论家罗清启——一点评,以检验这个行业沉淀了值得记忆与思考的关键词,以及发展值得可以参考的经验。受到家电业的关注,被许多知名网站转载。

1月22~4月30日《郑州晚报·第一家电》与创维集团联合举办“我与创维酷开LED电视真情之约”系列报道,前后历经近4个月,拉开《郑州晚报·第一家电》牵线知名企业向

社会读者征求来信的序幕,被家电界人气最旺、时间最长报道模式。

3月12日~14日《郑州晚报·第一家电》再度与TCL电器联合家电卖场一起启动首轮TCL互联网电视“以旧换新”升级大行动,掀起一场互联网电视的普及风暴,受到了郑州市民的热切欢迎。

3月15日~19日《郑州晚报·第一家电》与海信电器联合启动首轮海信LED电视以旧换新大行动,掀起一场LED电视的普及风暴,此次活动调动郑州市民购买海信LED电视的积极性。

5月28日《郑州晚报·第一家电》联合TCL电器、海尔集团、海信电器、美的制冷、格力电器、创维电器、海信科龙、长虹电器、志高空调、康佳集团、奥克斯空调、方太厨具等中国家电企业巨头为《郑州晚报》创刊61周年,成功改版8

周年举办大型“感谢有你 风雨共济”活动,以及《见证中原家电行业特刊》,中国家电知名企业老总纷纷表达了《郑州晚报》改版8年来,凭借“以新闻纸建设郑州”的创新理念和强大的发行网络在河南报业市场迅速崛起,现已成为河南媒体中最具有成长性的报纸,并表达对《郑州晚报》的美好祝愿。

6月11~16日 家电以旧换新政策出台后,《郑州晚报·第一家电》联合TCL电器发起“以旧换新看世界杯”活动。此次活动使互联网电视成为消费者“以旧换新”的首选,这对一直致力于发展互联网电视的TCL品牌,将是一个很大的市场机会。

7月24日下午《郑州晚报·第一家电》“新的起点、新的责任”战略研讨会暨《第一家电》创刊周年庆典在郑州丰乐园大酒店举行。

#### 每周声音

##### 董明珠:接班人要忠诚奉献诚信

接班人的三大要求:第一个是要忠诚,第二个是要有奉献精神,第三个是讲诚信。如果这几个最基本的要素不具备,也许他的能力强,但是对企业来说可能是埋了一个定时炸弹,所以忠诚和诚信也重要。但是还有一条不可丢失的,就是不放弃奉献的精神,格力电器总裁董明珠就“心目中的接班人”时披露。

##### 李东生:对TCL产业链整合充满信心

我觉得要改变彩电市场竞争格局,提高中国彩电产业竞争力,还是要核心的上游液晶面板产业上有所突破。TCL集团董事长李东生就“投资245亿面板生产线”时充满信心。

##### 刘继伟:海信网购欲占比10%

由于网上销售能够省去部分费用,因此会推出一些利益给消费者,价格相对便宜,一般比线下渠道便宜3~5个点。因此,海信网购2年目标销售占比10%。海信电器电子商务部总经理刘继伟就“网上与大卖场销售”时称。

##### 王勇:美菱冰箱冲击400万台

目前美菱电器正在进行“服务营销”战略转型,今年内冲击400万台,未来三年达到1000万台的产销目标,现在美菱电器管理费用、渠道费用等摊薄,帮助企业实现毛利率和净利润的提升。美菱电器总裁王勇就“美菱电器发展势头”时坦言。

##### 刘荷清:美的具备国际化的模样

美的设立财务公司,统管旗下的产业资本、财务资本,谋求更大的发展。而改造两大产业集团组织架构之后,美的与海尔一样,具备了国际化本土大公司的模样。家电业资深媒体人刘荷清就“美的控股财务公司”时判断。

##### 施婷:一线冰箱企业酝酿变局

面对海尔在全球冰箱市场遥遥领先的地位和优势,美菱、海信科龙等同属国内一线行列的冰箱企业,正在酝酿一场前所未有的产业新革命。但由于目前在全球冰箱市场上,海尔与国内其他企业的差距相当大,短期内超越的可能性并不大,只有先做到紧跟海尔,未来才有机会冲击全球前三名。中怡康白电事业部经理施婷就“美菱、海信科龙何时超越海尔”时指出。

##### 刘强东:2012年营收将超国美苏宁

5年之后,由于规模增大,京东商城保持100%的增速,在2012年就能超过沃尔中国的收入,2012年就能超过国美、苏宁。京东商城董事局主席兼CEO刘强东就“京东商城盈利空间有多大”时预计。



圣象地板·新实木  
国际品质 环球风情

# 购"圣象地板"

# 得"32寸长虹液晶电视"

圣象集团全程鼎力支持,规模空前!

河南省仅限5000台,全省各专卖店恭候您的光临

本次活动最终解释权在法律允许范围内归河南圣象木业有限公司所有

详情见圣象专卖店活动细则 请登陆www.powerdekor.com.cn 了解更多信息

您选F☆☆☆☆升级健康  
我用液晶电视做地板“彩礼”  
20万用户亲身体验,全国2600家著名专卖店同一时刻惊喜回馈

全省同贺驻马店、信阳  
旗舰店8月8日盛大开业!

诚招部分县市优秀经销商 招商电话:  
0371-60906555 139 3885 9371

买一套衣服附送一条腰带,腰带价格不高,商家不会亏本。可是圣象地板偏偏打破常规,做起了“亏本”生意:买60平方米的地板送价值几千元的长虹液晶电视。据悉,此次活动为中国地板领军企业圣象在全国范围内推行的有史以来力度最大的一次促销活动。买圣象地板,送液晶电视,不是持续一天两天,送一台两台,凡在全国2600家专卖店购买圣象地板(限同一安装地址)即可领取32英寸长虹液晶电视,在全国将有20万用户享受到液晶电视的馈赠。全省限量5000台,先到先得,参加必得,机会不容错过(详询圣象地板专卖店)!

圣象推出15年来最大力度促销  
买圣象地板送长虹液晶电视参加必得