



热烈祝贺《郑州晚报》单日报出版672版 创造“大世界基尼斯”新的世界纪录

家电关注

彩电、冰箱零售额分别增长160.6%、82.5%

受凉夏影响 空调销量出现下滑

节能补贴政策将让9月家电市场更精彩

近日,北京中怡康时代市场研究有限公司公布近4000家门店的周度零售监测显示:中标节能产品销售实现了高速增长。从今年8月1~4周累计与6月1~4周累计增长对比情况来看,彩电中标机型零售量和零售额分别增长了191.9%和160.6%,冰箱中标机型零售量和零售额分别增长113.5%和82.5%;洗衣机方面,中标机型零售量增长了55.1%,零售额增长了65.7%;空调市场受到凉夏的影响则出现了明显

下滑,中标机型零售量和零售额的增幅仅为9.1%和7.4%。

中怡康品牌总监左延鹏认为,从目前市场运行情况来看政策效果已经初步显现,虽然政策还处在“爬坡期”,但是彩电、冰箱、洗衣机、空调等高效节能产品的渗透率已经连续3月上升,彩电高效节能产品销售比重甚至已经达到72%。长远来看,节能补贴带动的影响最大的意义在于产业结构是否得到了有

效调整、节能水平是否得到了切实提高、消费者是否切实得到了实惠、市场下降的趋势是否得到了有效遏制以及市场增长是否向好的方向发展。

左延鹏说:“目前,政策实施初期企业产品储备、原有库存消化、销售网络的报备等需要一定期限,因此有理由相信实行节能补贴政策后的9月份家电市场将更加精彩。”

记者 朱江华

市场动态

近日,日本家电企业集体陷入亏损的迷局。松下净亏304亿日元;日立盈利同比跌96.6%;索尼净亏155亿日元;东芝营业利润同比跌87.8%;NEC上季亏损194.4亿日元;富士通亏损171.4亿日元。

利润下滑 亏损巨大

专家:日本家电业陷入结构性大败局



曾经在家电产业“缔造神话”的日系家电,日前却集体面临巨大的亏损而伤痕累累,一片凄凉,为什么会发生这种情况?中国家电商业协会营销委员会副理事长洪仕斌一针见血地指出,日本家电结构性问题,是直接导致了日系家电产业集体惨败的主要原因。

洪仕斌分析说,一是产业结构的失败。不管是松下、索尼,还是夏普、日立,从理论的角度上讲,是产业的集中,但对于日本家电产业战略上,是产业资源的重叠,并且也显现出单腿走路的产业困局。

洪仕斌表示,二是人文结构的失败。对于任何产品和企业,因循守旧和保守始终是他们发展的最大敌人,特别是在时代已经更新,革命已经到来的时刻,日本家电企业决策层,没有革命性创新或者说是破坏性创新的决心和魄力,只是在原有产业上的零敲碎打,修修补补。俗话说,不破不立,破而后立,但日本家电企业始终没有狠心做到打破旧有产业格局。所以日本家电企业失去了创新,又没有新的血液地注入,如何在竞争日益激烈的今天拥有立足之地呢?

洪仕斌认为,三是金融政策结构的失败。日元升值给日本家电带来了巨大的压力。此外,随着近年来中国家电企业的发展,日本早已失去了“来料加工”在技术上的优势。此外,日本是一个高负债国家,当收入无法弥补支出,只有发行国债,这就导致日本政府财政吃紧,也让日本家电企业大溃败。

日本家电产业三大结构性的失败,是直接导致曾经在家电市场叱咤风云的日系家电,成为昨日的“故事”,如今只能黯然挥手告别过去的光辉岁月。日本家电企业若要走出“经济寒冬”,重振雄风,调整其结构势在必行。

记者 朱江华

聘请蒸文化大使 方太加速普及家庭“蒸产文化”

9月5日,一场别开生面的现代蒸文化盛宴在FOTILE STYLE方太顶级厨电馆上演,来自美食、传媒与时尚界的达人们纷纷登场,为这个地方增添了一道传统与现代、世界与中国、文化与科技交相融合的“蒸”故事。

方太希望更多家庭了解电蒸箱产品

蒸是中国的文化符号,蒸菜无论是在民间宴席,还是国宴上总是不可缺少的一部分,民间素有“三蒸九扣十大碗,不上格子(蒸笼)不成席”的说法,已成为广为流传的饮食文化现象。

方太发布的《中国蒸文化与蒸具类厨电产品趋势报告》指出:蒸产品的家庭需求是迫切的,可替代性也是很强的,但仍停留在传统的蒸锅和蒸笼阶段,传统蒸具需要“革故鼎新”,47%的用户希望寻找更加“美观、便捷”的替代品。在方太诞生的中国第一台嵌入式恒温电蒸箱,很好地满足了时代需求。她继

承了传统蒸法的所有优点,并进一步进行了操作和营养方面的改良。

方太集团副总裁孙利明介绍说,方太希望更多家庭能够更好地了解电蒸箱产品,了解蒸菜的营养价值,共同推进一种真正代表未来厨房烹饪和膳食习惯的时尚潮流,因此我们选择以文化为载体,首倡一种营养健康、科技智能的现代蒸文化,希望通过文化为用户提供超强的产品体验和更有共鸣的情感体验以及更好的服务体验,让用户通过文化认同感受到方太的精神价值。

方太蒸文化大使加速普及蒸文化

在现场,记者看到擅长用笔尖书写舌尖美味的著名美食家沈宏非对方太以文化的名义,推广健康的生活方式表示深刻认同。沈宏非认为,蒸和烧烤相比更加含蓄,它改写了以火或者水对食物作直接加热的原始方式。就整体的文明而言,一水之隔,人类对客观的认识和处理便有了天壤之别,从直接到间接,从具体到抽象,皆在这一逐渐升温的美妙过程中蒸蒸升华。

据了解,作为频繁在电视上露脸的公众人物,拥有百万微博粉丝,著名心理学家张怡筠、美食界资深人士毛水生被聘为“方太蒸文化大使”。相信方太借助张怡筠等名人的力量,现代蒸文化或会加速普及。

记者 朱江华

84英寸超高清云电视上市 创维全城狂惠五折起今日启动

创维集团为庆贺全球首台84英寸UHD超高清云电视荣耀上市,特举办郑州市9月14~16日全城狂惠五折起的品鉴会,9月15日在主场紫荆山宾馆正式发布。分会场设在郑州市所有创维专柜。此次活动创维集团32英寸LED电视节能补贴价1399元,42英寸云电视节能补贴价4999元,还有大量影院音响赠送。本次活动是参与型号最多,惊喜最多的一次,价比国货低,保价到国庆。

朱江华

寻“一站到底”战神可以赢取代金券

所有参与创维活动的顾客均可参加“一站到底”答题竞赛,连续答对20道题可获取优惠券,并有机会推荐到江苏卫视“一站到底”参与竞赛和节目录制。好看,好用,更好玩,知识也能当钱用。创维邀请全城紧密关注,寻找真正战神。

参与热线:0371-53788795。参与地点:全郑州各大创维专柜。主场:紫荆山宾馆。需要特别提醒的是,此次创维全城大型品鉴促销活动将于今天正式引爆,货源有限,大奖有限,期待全城关注,切勿错失良机!

84英寸UHD超高清健康云电视 仅需9999元

全球首款UHD超高清云电视由创维首发,价格为9999元,其屏幕物理分辨率可达3840×2160(4K×2K),并可通过UHD单芯片解码4K×2K的节目源,成为清晰度超过全高清1080P电视4倍的新一代电视。

UHD超高清云电视由创维首发,代表新技术的诞生,创维再一次引领行业发展,再一次树立行业标杆。

不满意就退货 三星洗衣机邀你找茬考验产品品质

9月15日,三星泡泡净洗衣机“30天不满意就退货”大规模试用促销活动在北京、上海、广州等全国35个大中城市、1000多家门店全面启动,活动为期两个月,消费者购买指定型号的三星泡泡净洗衣机,如果在30天内对产品品质有任何不满意的地方,三星将无条件退货。对比以往家电产品惯常采用的降价、打折、赠品等促销手段,此次三星泡泡净洗衣机“30天不满意就退货”活动不仅在促销的形式和手段上有所突破,更显示了三星对自身产品品质充满了信心。本次活动试用时间之长、覆盖人群之广均创造了行业纪录,将为家电企业拓展营销模式、改善用户体验积累宝贵经验。

本次活动涉及三星主流的8公斤和12公斤泡泡净滚筒洗衣机,由“30天不满意就退货”、

“满意后获赠品”和“发微博赢大奖”三个环节构成。有意向参加活动的消费者在购买活动机型时,只需签订一份试用协议,即可享受“30天不满意无条件退货”的待遇。用户如果在30天试用期后对产品满意,还将获赠精美礼品,同时将试用感受发微博并@三星泡泡净,还有机会获得三星原装进口爱婴煮洗衣机一台。

三星洗衣机负责人表示,三星如此大范围、长时间邀请消费者来试用产品并“找茬”,勇气来自于对产品品质的高度自信。据介绍,三星在中国市场上销售的洗衣机产品,大部分产自三星白色家电苏州工厂。该工厂于1995年组建,总投资达5.2亿美元,拥有两个生产基地。经过10余年的发展,苏州工厂已经成为三星在海外规模最大的白色家电研发生产基地。三星

白色家电苏州工厂拥有数十个业内领先的产品开发实验室和检测实验室,先后通过了VDE等权威机构的认证。

中国电子商会副秘书长、著名家电专家陆刃波指出,三星泡泡净洗衣机“30天不满意就退货”所产生的意义远不止是一次成功的促销,它是家电品牌对于体验营销的全新尝试;当价格战如火如荼的今日,三星能切实从用户的角度出发,将之前只存在于服务行业的体验营销应用于“笨重”的大家电行业,此举不仅体现了三星特色的企业文化,为顾客提供了真实的体验价值,且为大家电行业的营销模式提供了新思路。



另外,在即将到来的国庆中秋双节黄金周期间,除“30天不满意就退货”活动外,三星家电已筹划安排了多项促销活动回馈消费者,其中多门冰箱和滚筒洗衣机最高直降2000元等,意欲在黄金周促销大战中赢得先机。

记者 朱江华