

百善孝为先!同方电视重视家庭文化,将“孝”融入品牌血液,倡导孝文化,号召全民行孝。日前,同方电视号召广大儿女中秋回家看父母、买电视尽孝心,并同步启动“孝敬爸妈”特卖会,全线产品“孝心价”,46英寸3D智能电视行业最低价3588元,同时行业首创提出“整机一年免费包换”的优惠服务,为父母看电视免除后顾之忧。本次活动抢购时间截至10月7日,更有39英寸惊喜孝心价2199元,42英寸惊喜孝心价2599元,详询本地家电商场同方电视专柜。

坚持“不争之争” 方太成就高端厨电市场“九连冠”



上海桃江路上的FOTILE STYLE方太顶级厨电馆

按照定位理论,任何领域要做就做到第一名才有意义。方太把这个领域聚焦在“高端厨电”,中怡康最新发布的2013上半年厨电行业监测报告显示,1-6月方太高端油烟机市场份额占比高达41.04%,其“独占鳌头”的优势正在日益扩大。从2004年到现在,方太已经连续9年稳居行业第一,高端市场占有率平均保持在40%左右,成就了高端厨电品牌的“九连冠”。

面对发展迅速但竞争激烈的厨电市场,方太董事长兼总裁茅忠群表示:“方太提倡用‘不争之

争’的思路去掌握发展的主动权。‘不争之争’是指通过不断发现、挖掘并满足消费者的新需求而寻求企业的发展,是超越竞争,是蓝海战略。相反,陷入激烈的市场营销竞争是红海战略。我们反对对消费者没有实际意义和价值的排名之争,概念之争。”

从1984年中国第一台油烟机在上海诞生以来,至今已有29年历史。在近30年的历程中,以吸油烟、燃气灶为主的厨电产业发展迅速,整个厨房的空间布局、收纳功能、整洁程度、智能化都得到了空前提升,厨房产品工

作的噪声越来越低,油烟问题正在得到越来越有效的解决。

从深型、欧式到近吸式,从外观设计到高效静吸核心科技,方太不断满足消费者对于“洁净无油烟的烹饪环境”的需求。2013年,方太敏锐地察觉到年轻一代消费者敞开心扉健康厨房的需求,遂研发了全新一代风魔方油烟机,以前所未有的吸油烟效果畅销市场。

记者发现,通过专注地满足更高的消费需求,方太已经有能力在高端厨电领域构建新的高端标准:行业首家国家级企业技

术中心,专利技术在国内遥遥领先;科技方面方太高效静吸技术荣膺中国轻工业联合会科技进步一等奖;设计方面方太坐拥21项国际设计大奖;品质与管理方面,方太是行业内首家荣获‘全国质量奖’的企业;服务方面,方太独有的至诚服务蝉联“消费者最满意品牌”……

业界普遍认为,方太以全面领先行业的技术、设计、质量和服,赢得了更多中国家庭的选择,这才是其连续9年在高端市场销量遥遥领先的真实原因。 郑州晚报记者 朱江华

多门时代,高端冰箱成逐鹿新战场



总第 212 期

主持人:朱江华

中外高端冰箱竞争激烈 海尔卡萨帝胜出



嘉宾:青岛海尔郑州中心总经理 赵弇峰

主持人:近日,国家统计局中国行业企业信息发布中心发布的《2013年第二季度中国高端智能冰箱监测资讯报告》(以下简称报告)显示,各大高端冰箱品牌吹响了“集结号”发力攻占终端市场。卡萨帝、西门子、三星等三大品牌争夺市场份额尤为激烈,卡萨帝六门冰箱以全国19.98%的销售量份额和全国23.2%销售额领先对手,占据市场第一宝座。这是否成为国产冰箱品牌全面赶超外资品牌的一道分水岭?

赵弇峰:卡萨帝法式六门冰箱是目前冰箱市场上最前沿的六门冰箱产品,是专门针对中国消费者使用习惯所开发的全球首款第二代六门冰箱产品。它根据中国市场上因为季节不同,而对冷藏冷冻比例变化的特点,革命性的设计了变温抽屉,将原先4个温区的六门冰箱,升级成了5个温区的六门冰箱,满足了不同情况下的各种存放需求。

张大海:作为行业发展趋势的引领者,卡萨帝法式六门

冰箱通过颠覆传统冰箱空间格局,带领我国冰箱业进入六门冰箱时代,并成为全球高端冰箱趋势的引领者和全球高品质生活的创造者。

吴咸建:为满足用户的高端需求,海尔高端家电品牌卡萨帝凭借制冷保鲜技术的引领、工业设计创新与产品使用体验的改进,奠定了市场主导地位。尤其是卡萨帝意式冰箱,在价格6000元的国内三门冰箱市场中,市场占有率更是达到了62.2%,远超第二、第三名之和。

迎合消费升级 近七成用户关注高端冰箱



嘉宾:家电中国网总编 张大海

主持人:《报告》显示,2012年冰箱市场零售量年度累计同比负增长15.06%。与此形成鲜明对比的是高端冰箱用户关注度赢得了近七成用户的关注。各位对“各大家电企业加大对高端冰箱的投入和产出,有利于企业增加利润实现高端转型”有何观点?

赵弇峰:卡萨帝法式六门冰箱凭借在行业里的原创性与颠覆性进入销售的爆发期。在产品功能上,卡萨帝法

式六门冰箱在让国内消费者率先享受到分区保鲜的同时,引领着多门冰箱实现了持续的技术升级。在技术上还应用了成熟的Vc诱导保鲜功能,有效防止食品氧化腐败,并保持水分不流失,锁住食物营养。

张大海:毫无疑问,“高端化”已成为未来的主流趋势,高端冰箱整体市场正在全面进入“消费大时代”阶段,随着高端冰箱在市场上销售势

头的攀升,不但成为拉动冰箱总量增长的主要力量,还有望引领新一代消费理念升级变革。

吴咸建:随着消费者生活水平的提高,以及追求高品质生活的消费观念和生活方式的改变,单纯的存储和冷冻等基础功能已经远远不能满足用户需求,拥有更大容量和更多功能的三门、对开门、多门冰箱越来越受消费者欢迎,未来的市场需求将呈井喷式爆发。

风起云涌 冰箱差异化竞争日趋激烈



嘉宾:中国消费电子渠道商联盟秘书长 吴咸建

主持人:目前高端智能冰箱的日渐升温,也推动了各企业纷纷布局高端冰箱市场力争抢占更多的市场份额。同时中国冰箱业的竞争越来越多地体现在差异化竞争策略上,产品差异化竞争日趋激烈。各位有何高见?

赵弇峰:未来全球产业的竞争必定是一场满足用户需求的比赛,只有满足消费需求的企业才能在激烈的市场竞

争中胜出。卡萨帝六门冰箱在全球化运营体系支撑下,通过准确把握用户需求研制产品,这将进一步巩固其全球冰箱第一品牌的地位。

张大海:随着居民生活习惯和消费意识的改变,多门冰箱普及的消费换代大潮已经全面来临。在未来高端冰箱的竞争中,唯有那些通过持续创新不断满足消费需求的企业才能在市场竞争中

胜出。

吴咸建:面对广阔的市场前景以及消费者消费观念的改变,谁在技术创新上赢得先机,谁就将在中国冰箱高端市场上拥有更多的“话语权”。如果要想引导国内冰箱行业的发展,就需要有领先国际的同类产品。中国冰箱业正致力于迎接各方挑战,以求最终对决行业的尖端。

行业快速

专为儿童设计

美国平板电脑 nabi 登陆中国

近日,美国 Fuhu 公司宣布,全球首款专为儿童设计的 nabi 儿童平板电脑登陆中国。

这次 Fuhu 公司首期共推出了三款 nabi 儿童平板电脑,分别针对不同年龄段(0~14岁)儿童设计。其产品新颖,带有贴槽,背后可以组装不同图案,硅胶保护套则由食品级的硅胶材料制成,其完美的硬件配置可帮助 nabi 给用户带来极致体验感受。

nabi 具有 nabi 模式与家长模式,以及安卓系统和 nabi 系统双系统。这其中最大的亮点是:nabi 系统下的子系统 wings 是世界一流的预备教育系统,以游戏的形式来帮助您的孩子掌握学习的核心技能,同时给您的孩子提供一个纯正的英语学习环境。而能力养成系统,最终让孩子形成具有领导力、纪律、智力、公德和创新力的高素质人才。

郑州晚报记者 朱江华

每周声音

中国企业注定要走向世界

近年来,随着国内市场竞争加剧,走向世界成了我国家电企业的一致选择,并且趋势越来越明显。与此同时,日系、欧系品牌的衰落也为中国企业进军全球市场营造了绝佳的外部环境。

——TCL 集团董事长李东生

只有强才能颠覆行业格局

尽管涉足电视行业的互联网企业都放言要颠覆行业格局,但传统电视机企业并不愿意将打拼多年的市场拱手相让。只有互联网和企业强强联合才能真正意义上做到颠覆行业格局。

——速途网副总编丁道师

美的整体上市 最大化实现资源的共享

此次整体上市是美的实现业务高质量、可持续的增长,成为具有全球竞争力的白色家电企业的基础和关键,美的家电业务及配套的电机、物流业务在一个上市主体下,可最大化实现资源的共享,成为一个整合型的企业。

——美的集团董事长方洪波