



年度家电零售连锁企业精英人物



王笠

河南省国美电器有限公司市场部总监

推荐理由:2016年,在国美电器“全渠道、新场景、强链接”的战略转型背景下,王笠带领团队积极拓展新的传播渠道,通过线上、线下、移动端等多元化方式,让国美电器与消费者贴得更近,互动更多。在国美天然商厦店开业期间,以举办一场晚会的形式点亮了该店的开业。在“十一来国美,低价撩人”活动中,国美首次启用“口碑计划”,以个人口吻在朋友圈发布对国美门店的体验感受。在双十一活动中,推出“不剁手的双十一”h5视频动态宣传,这些以大众愿意接受的形式均不仅开拓了新的宣传途径,也为国美赢得了口碑。



杨浩

河南苏宁云商销售有限公司品牌总监

推荐理由:2016年是河南苏宁品牌工作重要的一年,这一年,原来的市场中心更名为品牌中心,作为苏宁品牌中心品牌总监的杨浩加强营销创新。他凭借丰富的市场策划经验,开展创新事件营销,2016年重点针对学生群体进行突破,通过整合大量的资源扩大苏宁品牌影响力,配合节日大促开展事件营销;重视自媒体和互联网的运用,一年时间郑州苏宁微信公众号增粉50万,成为中原区域名列前茅的企业自媒体,极大促进了苏宁的品牌宣传。通过资源整合,开展异业合作,提升了80、90后年轻群体对苏宁的好感和美誉度。



孟嘉宁

河南永乐生活电器有限公司市场部总监

推荐理由:孟嘉宁作为河南永乐市场部的负责人,一直保持着与时俱进的工作状态。2016年,在永乐的零售转型之路上,孟嘉宁带领团队为永乐创新开发了一系列营销活动,二七新场景智能化卖场开业、年中大促、17周年庆典、员工及亲友专场内购会等一系列活动,收到了良好的效果。孟嘉宁表示,未来永乐会继续加大品牌宣传力度,坚持周周有促销,通过司庆、周年庆等大型节假日促销、厂商活动营销、事件营销、会员营销等,进行全省联动促销,树立行业创新营销的标杆。

中原家电零售连锁企业单项奖

年度创新领跑企业

河南省国美电器有限公司



基于对零售本质的领悟,国美在2016年提出“全渠道、新场景、强链接”战略。借助线上、线下以及客户端的全渠道链接,消费者实现了在国美渠道购物过程中的随意穿行,不受时间、空间的限制。

在探索中,国美通过线下门店的新场景改造,实现了真机、实景的消费体验,从推销商品转变为展现商品价值,在消费者购物过程中形成互动,通过更好的消费体验,提高了消

费者的购物热情。与此同时,通过立体化、多层次的服务延伸,国美的业务范围从商业零售延展至服务平台、服务提供商领域,让售前——售中——售后过程形成闭环。

一方面,新场景在国美全省门店遍地开花。通过烘焙课堂、智创空间、厨卫一体化展示等项目,国美以真机实景的强体验,让消费者感受到了全新的商品体验。同时国美通过门店改造,提供厨房设计、家庭水处

理系统、地暖系统等整体设计方案,将门店变成了消费者的“第二生活空间”。从数码产品到大家电,从装修设计到厨电一体化,国美为消费者提供了真正的一站式购物体验。

另一方面,国美的微店来购、国美管家、物流服务通过全时段、全流程的服务在更深层次上与消费者建立强链接。此举让消费者感受到国美无时不在的贴心服务,在服务的输送中产生了黏性链接。

年度跨越发展企业

河南永乐生活电器有限公司



2016年永乐发展势头强劲,在产品、渠道、服务等方面都有新的突破和提升,企业整体稳步发展。目前与更多的外界资源形成跨界联盟,在提高国民生活水平和民生品质方面发挥了巨大作用。

2016年,永乐推进了“全渠道、新场景、强链接”的战略转型,通过线上、线下、移动端等多元化渠道,实现了消费者在永乐全渠道随意穿行的

购物体验。通过建设“新场景”的创新门店,永乐以真机实景的强体验,为消费者展现了品质家电的魅力,为家电新品的推广提供了更加贴近消费者的渠道。通过烘焙课堂、智创空间、电竞网咖等互动体验项目的落地,消费者对于零售实体店的“刻板印象”正在发生改变。永乐的线下门店已经从单一的家电零售卖场向多元化零售、体验、娱乐中心转变;厨房设计、家庭

水处理系统、空气净化系统、地暖系统等整体设计方案的提供,正在让消费者真正实现一站式购物。

2016年,河南永乐在连锁发展方面全面提速,一方面进一步丰富二三级市场网络布局与狠抓单店绩效相结合,巩固家电连锁第一品牌的市场地位;另一方面,遵循建立客户需求为导向的战略,继续打造多渠道营销模式,寻求企业、消费者和产业链的共赢。

年度互联网领军企业

河南苏宁云商销售有限公司



2016年,河南苏宁在“一体两翼三云四端”的战略布局下稳定而高效地发展着,互联网O2O模式取得显著成果。这一年,河南苏宁全渠道市场份额遥遥领先,在节日大促中表现出色,销售额同比取得大幅增长。

2016年,苏宁完成商业、地产、投资、金融、文创五大产业的布局,线下门店和线上平台会继续高速增长。文创方面,江苏苏宁足球俱乐部启动;金融方面,苏宁金融已经拿到多个牌照,

比如用于第三方支付的易付宝、零钱包、任性付;地产方面,苏宁广场正在积极洽谈中,有望落地郑州。

作为互联网领军企业,苏宁O2O模式已经成为行业标杆。苏宁易购线上有日用百货、红孩子母婴、超市、生鲜等平台,线下有实体门店,得益于线上线下的O2O模式,线上大而全,线下小而精,服务更细,受众在线下买产品时,能一站式解决问题。门店的互联网价值得到全面彰显,在今年的“双11”

大战中,苏宁打造O2O购物节,刷新销售纪录,为整个零售行业探索出了一条经过市场考验的互联网创新之路。

在服务方面,苏宁提出“服务与责任”理念,把服务责任化,真正地把消费者的利益放在第一位。从门店金牌V购的设立、苏宁马寨物流基地投入运营、苏宁探索送装一体服务,苏宁致力于为消费者提供最好的体验,充分体现践行了“服务是苏宁唯一的产品”的理念。