

探讨家电智生活 商业精英再聚首

助力安徽家电产业发展,发挥媒体社会责任

市场星报副社长 马新宇



《市场星报》是安徽出版集团主管主办的大型综合性都市早报,是一份城市主流人群的生活读本。市场星报副社长马新宇表示,2010年5月正式更名改版,依托安徽出版集团的强大实力,2010年逆势上扬,发行量提高了33%,广告量提高了56%。通过一系列极具知名度的活动,极大的提升了《市场星报》的品牌形象,影响力逐渐扩大。据第三方权威调查机构——慧聪邓白氏研究:2011年第一季度,《市场星报》凭借成功的更名改版,广告刊发额同

比增幅超过40%,增幅为安徽省五家都市报第一!

马新宇表示,市场星报作为家电产业发展论坛的主办单位已成功举办了四届,得到了省发改委、省经信委、省商务厅及合肥市商务局等有关部门的支持,也得到了省内家电生产企业和销售企业的积极响应。此次家电论坛活动旨在探讨安徽家电发展趋势和行业方向,希望通过我们媒体与家电名企的合作,推动安徽家电产业发展,提高安徽家电产业的影响力,合作共赢。

精细化管理 差异化经营 贴心化服务

安徽国生电器有限责任公司总经理 张盛



安徽国生电器成立于2004年6月,由徽商集团旗下安徽商之都有限责任公司控股,集批发、连锁、配送于一体。国生电器作为省城家电连锁,在立足安徽的同时,准备向条件成熟的省外城市扩张。张盛总经理表示,国生电器一直致力于加快连锁发展,“精细化管理、差异化经营、贴心化服务”是我们的经营特色。

国生电器从制度着手,首先精细化管理制度建设,为公司规范管理提供制度上的保证。在日常运营中,细化计划衔接,加强过程管控,提高团队执行力。

差异化经营,即通过门店升级改造,强化中高端家电卖场定位,为消费者提供舒适的购物环境。国生电器2009年对宣城商之都店等8个门店进行了整体改造,2010年上半年又对胜利路店等4家门店进行升级,得到了消费者、供应商和业内人士的认可。

贴心化服务,即国生电器在门店、售后安装、物流送货、客服等窗口单位对服务意识和规范进行深化;重新挂牌运作安徽省家电维修中心,解决消费者最关注、也是家电行业最头痛的维修安装问题。



当你完成了一天工作,在办公室里通过电脑向家里的电器发出指令,然后踏上回家的路途。这时家里的电器有条不紊地开始工作了:空调器先清洁空气,然后把室内温度调节到你感觉最舒适的温度;洗衣机在洗涤你早晨走时留下的脏衣服;电饭锅、微波炉则开始蒸饭、烹调菜肴。当然,早晨你出门前要把米饭和肉放进去;电茶壶加热水,准备为你沏上香喷喷的绿茶或者咖啡。这时你到家了,刚喝上一口电茶壶为你沏的香茶,就听见有人敲门。原来是你家的电冰箱发觉储存的蔬菜、牛奶、水果和肉快没有了,通知网络超市来送货。你收下货后,去家厨房再炒一个爱吃的新鲜蔬菜,这时电饭锅、微波炉的米饭和肉已经好了,你开始享用美味……这或许就是大家心目中的智能家居生活常态,科技对于生活的改变已经愈发明显。

2011年4月12日,由市场星报主办的第五届安徽家电产业发展论坛在尚都酒店隆重举行。安徽新兴格力空调、国生电器、百大电器、国美电器、苏宁电器、海尔电器等二十多家家电品牌和家电卖场参与此次盛会,同时,本次论坛也受到政府主管部门的高度关注。

王珊珊 王玮伟/文 王恒/图

健康环保成家电产品发展趋势

市场星报副总编辑 程局新



“我觉得我们市场星报,在这几年有了洗心革面的发展,尤其是在加入安徽出版集团更名改版后,有了很大的飞跃和提高。”市场星报副总编辑程局新还表示,市场星报一直以“办安徽最有价值的报纸”为宗旨,致力于为消费者提供最具价值的新闻资讯,为市民提供最贴心的温暖服务。最近我们报社有两大变化,我们把原来的全面撒网做到重点培养,我们的

产还是宣传,都值得我们探讨。比如讲到房地产的问题,家电是和房地产同步的,地产的发展必然会带动家电的发展。另外一点,就是智能家电的发展,随着消费者需求改变,智能化的产品越来越受到消费者的青睐。操作便捷、舒适、健康环保与智能更成为家电产品的主流发展趋势。

对于家电企业来说,无论是生

还有一点,家电的个性化,现在随着各种电器的普及发展,消费者需要的是更加健康环保的产品,而健康环保成为家电产品发展新趋势。

掌握核心技术是关键

安徽新兴格力空调销售有限公司总经理 汪晓兵



“今年确实是方方面面都感受到通胀的压力,除了空调的原材料铜、钢和铁矿”石都在涨价以外,物流成本和人工的成本也在上升。汪晓兵表示:“原材料供应不够,另外务工人员的工资同比去年也呈现上涨趋势,但格力在今年的空调促销计划上不会降低幅度和力度。”

在产品创新方面,汪晓兵认为,一个企业现在投入的多少决定你未来收入的多少。“变频,对于安徽来说应该是最早的,所以在技术、研发也处于领先水平。另外,安徽的区位优势很明显,未来格力

可能会在合肥建立研发基地。”汪晓兵表示,1993年一台日本进口的柜机,要24000块钱,还要收10%的安装费,那个时候保修期只有一年,过了保修期机器出现故障就要自己掏钱。那么现在,尽管产品降到几千块,但它的品质也有着大大的提高,基本上都是终身服务。

汪晓兵透露,未来可能会在美国建厂。但无论格力走到哪里,都将自主创新作为企业发展信条,致力于节能、环保、低碳的空调产品的研发。

海尔是家电政策最有力的执行者

合肥海尔工贸有限公司营销部长 张楠



“家电下乡,以旧换新政策对于企业来说是一种机遇,更是一种社会责任。”合肥海尔工贸营销部长张楠表示,自家电下乡在全国实施以来,海尔积极承担中标企业的责任和义务,在全国各地开展家电下乡启动仪式等一系列的宣传造势活动,让消费者第一时间了解家电下乡政策。同时,企业内部专门成立家电下乡项目组,从产品开发、生产制造、物流配送、现场促销、售后服务等环节进行资源的全方位整合,确保这一政策落到实

处,真正利民、利企、利国。

一直以来,海尔致力于为全球消费者提供美好住居解决方案,在为城市消费者提供家电方案的同时积极响应国家政策,推出满足消费者需求的家电下乡方案。海尔家电下乡不仅提高了广大农民的生活质量,也加快了我国家电生活城乡一体化进程。据悉,2010年海尔家电下乡产品销售额占总体市场份额超过三成,海尔已成为家电下乡政策最有力的执行者。

三年计划新开一百家门店

苏宁电器合肥地区管理中心 营销中心总监助理 杨选广



“这次参加市场星报第五届安徽家电产业发展论坛感觉很不错,通过这样的方式定期把同行召集到一起,坐下来进行良好互动,我认为很有必要,而且现场还有不少政府领导的监督和指导,也让我们企业更加重视自身的监督管理,为行业做出表率,更好地为消费者服务。”

今年苏宁换了领导班子,新领导提出了很高的发展要求,计划三年要开一百个店。家电下乡和以旧换新这块对我们销售促进应该还是比较大的,但是在乡镇上的规划和实施还是要差一些,这样的话对

我们整个家电卖场还是有冲击的,因为苏宁总部也一直强调遵守国家的法律法规,我们希望通过这样一个计划,能够更好的服务县镇地区的消费者。

自成立之日起,苏宁就不断创新着行业的经营模式,从消费者需求角度出发,结合国内实际情况,凭借强大的后台建设保持着稳健快速的发展态势,引领着中国家电零售行业的发展趋势。相信此次的开店计划将会更大的促进苏宁电器的发展,进一步扩大苏宁电器的领先优势,更好的为消费者服务。

“神秘人计划”保证服务质量

国美电器市场部经理 吴凡



国美集团成立于1987年,是中国最大的以家电及消费电子产品零售为主的全国性连锁企业。国美电器集团在全国280多个城市拥有直营门店1200多家。吴凡表示,随着家电下乡,以旧换新的政策的实施,国美电器销售额迅速攀升,为保证服务质量,国美一直致力于完美服务的打造,国美制定的“神秘人”计划,届时对各片零售店将有人不定期的以顾客的身份进行查看,借此机会不断加强员工的服务理念和和服务质量。

一直以来国美电器集团坚持“薄利多销,服务当先”的经营理念,依靠准确的市场定位和不断创新的经营策略,引领家电消费潮流,吴凡表示,国美将不断进行门店扩张,不断提升网络布局,开新店,开好店。为消费者提供个性化、多样化的服务。

近年来国美荣誉不断,吴凡表示,国美电器集团的企业使命是成就品质生活,企业愿景是到2015成为备受尊敬的世界家电零售行业第一。