

农村市场 风光无限

——写在《家电下乡专版》发刊之前

市场在哪里?新的消费增长点在哪里?

也许这是目前中国企业最关心的问题。在金融危机的大背景下,任何一个企业都不能幸免,任何一个企业都难以独善其身。那么,拯救企业和经济的出路在哪里呢?在于开拓新的市场,在于发现新的消费增长点。在这方面,国家的决策者显示了比企业家更为高瞻远瞩的眼光,也显示了更为积极进取的决断魄力。自年

初国家出台实施“家电下乡”政策以来,国家围绕这一政策的贯彻落实,又相继扩大了家电下乡产品的种类,提高了家电下乡产品的价格上限。无疑,国家不仅为家电企业渡过金融危机的难关,指出了一个新的广阔的广阔市场所在;而且为家电企业实现产业升级、市场转移和技术创新,提供了一次绝佳的良机。

当然,国家引导家电企业走向农村市场,首先还

要建设好这个市场,规范好这个市场,服务好这个市场。要完成这样任务,使农村市场真正成为家电消费的热点和启动产业的引擎,就需要国家行使财政支持的力量、政策监督的力量、市场监管的力量;也需要社会发挥积极呼应的力量、振奋信心的力量、监督约束的力量;更要求企业表现出创新开拓的力量、适应形势的力量、满足消费的力量。只有三方合力协

作,中国农村这个广阔无限、潜力无穷的新市场,才能真正爆发出它巨大的吸纳和需求容量,成为中国经济再次腾飞的起点。

为了响应国家的政策,也发挥媒体在助推经济发展中的宣传与推广作用,现代快报社决定充分发挥自身在城乡两个市场上突出影响力,自6月开始专门开辟“家电下乡专版”,集中宣传国家家电下乡的新政策,反映政府部门落实

家电下乡政策的新举措,报道监管部门规范市场秩序、打击假冒伪劣、提供优质服务的新进展,传递家电企业创新下乡产品、提供适销对路货源、落实支农惠农政策的新信息。这将是唯一一个获得江苏省质量技术监督局12365投诉举报中心支持、并进行全面合作的平媒专版,也是唯一一个吸纳了众多家电下乡企业参与、报道平台,更是目前江苏媒体中唯一一个连续出版的以“家

电下乡”为主题的新闻专版。因此它具有权威性、及时性、大容量、多信息的特点,必将真正成为广大农村消费者的服务指南、购买手册和意见建议载体。

我们有信心把“家电下乡专版”打造成为政策宣传的舞台、服务消费的助手、传递信息的载体、舆论监督的阵地,真正赢得广大消费者的欢迎与信赖!

(沙辰)

下乡·行业

太阳能下乡系列报道之⑩

借力质监 太阳能品牌急呼净化下乡路

92家太阳能企业终于拿到了下乡通行证,就在中标公告公布之后,5月27日,江苏省质监部门联手现代快报和15家家电品牌共同发起“质保家电下乡”的倡议,众多家电品牌纷纷表示希望在质监部门的协助与监督下,可以真正对下乡家电进行品质监督,从而在杂牌军肆意横行的农村市场有效地维护品牌的真正权益,如此呼吁,数首次获准下乡的太阳能企业最为声高。

呼声1:联手是对抗杂牌军的必然方式

在采访中记者了解到,对于每个中标的太阳能企业来说,这条下乡路真的不好走。

太阳雨、华扬等本省的太阳能品牌纷纷表示,江苏地区的太阳能品牌大大小小就上千家,好多都是夫妻店,自己不生产部件,只做销售,尽管

品质无从说起但价格卖得相当低,的确也能笼络不少农村消费者,太阳能品牌下乡路上最大的障碍也正来自于此。尽管我们有专门的打假部门,但层出不穷、变化多端的假冒形式,以及农村消费者对太阳能产品、品牌知识的缺乏,让很多品牌的推广建设工作都成了徒劳。

呼声2:细节品质是打击杂牌军的武器

不能否认,杂牌军的模仿能力的确令人刮目相看,普通消费者根本无法识别优劣,但品质要经得起细节和时间的考验,这正是品牌与杂牌的区别所在。

对于太阳能产品来说一个很小的部件都会影响到产品的使用效果,华扬有关负责人举了个例子,我们要求所需螺丝必须用304不锈钢材质,但很多小企业会偷偷改成430不锈钢,这种不锈钢俗称“不锈铁”,最多一两年就会出现

腐蚀现象,再比如尽管没有针对内胆厚度的相关标准,但我们会统一保证0.5毫米的厚度,而很多小企业只是0.3毫米,另外起到辅助作用的电加热,我们都通过了3C认证,而小企业根本无法做到,这会成为安全隐患。

呼声3:广告之是品牌推广的有效前提

其实农村消费者对“家电下乡”的认识不够也是造成杂牌军得以占领相当市场份额的重要原因,归根结底还是家电下乡的宣传太含蓄。

太阳雨有关负责人表示,和城市市场不同,一些最简单最直接的宣传方式往往在农村可以获得最好的宣传效果,首先是氛围营造,悬挂横幅、墙体广告、大型路演等都是不错的方式,还有就是空中支持,这要依靠媒体,但最重要的还是要依靠销售终端的支持,他们是真正接触农村消费者的“第一线”。

快报记者 王多

下乡·市场

农民要品质“不差钱” “明星产品”走俏家电下乡

江苏省家电下乡已进入第四个月,记者在采访中了解到,冰箱仍是最受农民消费者关注的家电产品,随着夏季冰箱旺季的到来,冰箱的销量更是独占鳌头,美的、荣事达、小天鹅等大品牌冰箱下乡产品的销售量持续猛增,占到了其三四级市场总销量的50%以上,美的冰箱凭借多款热销的大容量节能产品,尤其走俏我省家电下乡市场,成为农民消费者的新宠儿。

据调查显示,冰箱等我省普及率较低的家电产品需求持续旺盛,在有冰箱购买需求的农村消费者中,约64.3%的消费者冰箱的需求档次集中于1500-2500元,同时农村消费者对产品品质、节能、外观等方面的要求也越来越高。大部分农民消费者表示,对品质、功能、外观的要求超过了对价格的

要求,可以说,目前农村冰箱市场消费呈现出“不差钱、要品质”的特点。

大容量 美的冰箱市场部总监姚乃强表示,由于农民消费者对高品质大容量节能冰箱以及大品牌的偏好,美的中标家电下乡的186升、198升、208升等大容量节能冰箱销量持续攀升,部分卖场的销量增幅达200%以上,其中美的BCD-208SM以超过200升的超大容量、三天才耗一度电的节能表现和靓丽的外观设计成为下乡产品中的明星机型,目前BCD-208SM的发货量已经超过了10万台。

大冷冻 针对农民消费者喜欢大量储藏冷冻食品的习惯,三品牌冰箱的下乡产品均采用大冷冻力和大冷冻室设计,全部投标产品的冷冻能力均按国家标准达到3公斤以上,最高达到3.5公斤,冷



冻容积最大达到76升,充分满足了农村生活冷冻储藏空间需求大的特点。

要节能 为满足农民消费者对冰箱节能的要求,美的、荣事达、小天鹅冰箱的中标产品均达到现行国标能效1级水平。据悉,由于采用了恩布拉科、松下等名牌压缩机,美的、荣事达、小天鹅冰箱超高的能效比远远领先于普通冰箱,而高效丝管蒸发器、超微孔发泡技术,加厚绝热保温层等多项节能技术和设备的采用,使其节能效果尤为突出,其中荣事达186SR超节能冰箱日耗电量仅0.39度,轻松实现“三天一度电”的超低能耗,大大降低了农民消费者的使用成本。

快报记者 王多

现代快报 24小时读者热线:96060



江苏质监 Jiangsu Quality Supervision

12365 举报投诉中心 12365 Reporting and Complaining Center

由江苏省质量技术监督局12365投诉举报中心和现代快报联合发起,江苏省“家电下乡”部分中标企业联合倡议



创造感动生活 The Creative Life

家电下乡,应该是“品质”下乡,“服务”下乡,而不是简单的“产品”下乡,要实实在在地提升农民的家电生活才是最重要的。



让优质彩电产品进入亿万农村家庭,共享健康美妙视听生活!

KONKA 康佳

康佳,家电下乡工程中,本着“一个值得信赖的品牌,一份体贴热情的服务”的理念,将惠农惠民进行到底!

Hisense 海信科龙

财政补贴的家电下乡,农民得实惠,企业得市场,政府得民心,祝我们江苏家电下乡走得更好!



有太阳 有华扬

从事太阳能事业,就有让民众享受阳光产品的责任。家电下乡给了我们更多服务大众的机会,我们将始终贯彻“服务于民”的指导思想,结合企业优势,提供家对消费者买得起、用得好的产品,不断探索,利用太阳能更多地造福人类。



家电下乡惠农利企,祝愿更多的农村消费者能用上“世界名牌,格力空调”,享受真实惠,用得更放心。

Hisense 海信

不断完善海信家电下乡“绿色通道”管理体系,确保从研发、生产、物流到销售、服务各个环节都能高效无差错,争取让广大农民朋友们第一时间享受到海信优质产品,做到让农民朋友放心选购、使用贴心。

CHANGHONG 长虹

长虹电视下乡,不仅要带去最好的产品,更要带去最周到的服务!让农民实实在在感受到实实在在长虹的温暖!



太阳能下乡,功在当代,利在千秋。我们希望与各方建立、增强深厚的友谊和合作关系,共同推动太阳能光热这一民族产业的蓬勃发展,共同见证绿色和谐新时代的到来。

以上合作单位排名不分先后

欢迎更多家电企业参与合作 参与热线:025-84783655

郑重承诺

接受监督

严格执行国家家电下乡政策 及时提供高效优质服务 全面维护广大农民合法权益

切实保证家电下乡产品质量 真诚接受社会媒体检查监督 创建规范有序农村家电市场