

南京国美5岁啦 五周年感恩回馈全面启动

南京国美五周年庆典近日全面启动。作为在区域市场拥有核心地位的家电连锁卖场,南京国美五周年庆典得到业界内外普遍关注。昨日,南京国美邀请部分顾客代表和国美会员参加五周年庆典“客户恳谈会”。国美电器华东大区总经理吴勇与顾客代表以及南京地区知名媒体记者会聚一堂,共同分析并探讨了南京国美在五周年发展历程中,在顾客服务方面存在的问题。

心怀感恩 把客户需求放第一

南京国美五年来的风雨兼

程,能够取得目前跨越南京、镇江、泰州、盐城、扬州五地,拥有近30家门店的发展规模,除了凭借自身合理的发展战略及依托集团优势以外,“薄利多销、服务至上”的客户理念也是不可或缺的因素。

五年来,南京国美始终以顾客的需求为核心,在商品定价、售后、送货、安装、回访、维修等诸多环节推出大量服务保障举措。参加此次“客户恳谈会”的部分媒体表示,根据近期消费调查显示,目前南京消费者对于国美电器的评价,有

两方面给予了国美充分的肯定,即“价格便宜”和“服务相对满意”。

而在昨天举行的“客户恳谈会”上,部分顾客代表就表示,之所以选择国美电器,除了相对低廉的商品价格,满意的服务体验也是重要的因素。国美电器在南京发展已历经五年,为南京老百姓的家电生活创造了无数的便利,也渐渐成为南京老百姓家电生活的重要选择。

完善不足 为持续发展添助力

“寻找问题,接纳谏言”是

南京国美举办此次“客户恳谈会”的初衷,为了能够更好地聆听顾客的意见,国美特意安排采购、客服、售后等众多部门的第一负责人出席会议,当面接受消费者的“批评”,面对面地让顾客“挑刺儿”,并对每一位顾客的发言作详细记录,作为重要的整改意见,纳入南京国美下一步的发展战略中。

国美华东大区总经理吴勇表示:“我们要把顾客的意见进行总结,送给南京国美,作为五周年庆典最好的‘礼物’。只有不断通过自身改革、

通过与行业伙伴的精诚合作,才能更好地促进和提高整个家电零售业的服务水平,促进企业不断发展。”

据悉,南京国美自2009年以来,就将“门店转型战略”和“提升单店实力”作为发展的核心动力。今年下半年,南京国美将对重要门店进行外立面的全新改造,增加商品品类,打造即符合国际标准又符合国内消费者购物习惯的新型门店。不断满足消费者不断提升的服务需求,以实现南京国美在区域内发展的全面腾飞。

感恩回馈 五周年让利整七月

据悉,南京国美为了庆祝成立五周年,将把整个7月份作为“感恩回馈月”。南京国美联合全球600多家家电企业,携大礼盛情回报消费者。

南京国美在整个7月份,将投入过亿资源,为广大石城消费者创造一个天天平价购电器的“盛大节日”。包括空调、冰箱、彩电、洗衣机、数码等在内的全品类商品将全部以庆典特价供应市场。

快报记者 王多

“黄梅时节家家雨,青草池塘处处蛙。”南京等地区相继进入梅雨季节,随之而来的便是绵绵的细雨和高温闷热天气。专家提醒,在梅雨季节里最应该注意的是防止霉菌入侵人体,尤其是抵抗力相对较弱的老人、儿童,及妇女,常会通过与人密切接触的衣物导致各种疾病。

梅雨季节,天气炎热潮湿,加上空气湿度较大,细菌、霉菌等微生物的生长繁殖特别活跃。作为与我们亲密接触的衣物也很容易遭受霉菌入侵,发霉、长毛,并释放出难闻的味道。霉菌生命力很强,一般温度在25℃—30℃、湿度在80%以

梅雨时节需防霉菌入侵 海尔静音洗衣机倡导健康生活

上,并有充足的氧气,便会生长繁殖。据医学专家介绍,霉菌对衣服与人体的不良影响有:使纤维材料变色;纤维材料脆化分解,降低强度;易感染到传染性疾病(汗斑、足癣);婴儿易得皮炎;老人易得褥疮。因此,消费者应该选用带有烘干功能的滚筒洗衣机,即洗干一体机,将衣服彻底地烘干了再穿。

目前国内的洗干一体机也是良莠不齐,虽然都能有效进行衣物的去污洗净,但并不是所有的洗干一体机都能达到消费者理想的干爽效果,更不能在短暂的洗衣过程中有效去除纤维上的病、霉菌,无法真正洗净衣物,这样不仅容易使衣物产生臭味,更会影响身体健康。因此,消费者在选择洗干一体

机时就要擦亮眼睛,选择洗衣干衣“一站到位”的洗衣机。

目前市场上洗干一体机中,只有“JIT”智能烘干技术能真正达到“一站到位”式服务。JIT变温烘干,可以将温度控制在65°~85°之间,自动调节烘干温度,同时创新性地实现不同面料的衣物同时烘干。而JIT干衣即停技术则采用

国际领先的传感控制技术,内置高温传感器,准确计算所需干衣时间,衣物一干,马上停止,呵护衣物恰到好处。2006年JIT干衣即停技术已经被纳入国家洗干一体机CAS标准。而国内,只有海尔拥有这一先进的技术,也因此成为中国洗干一体机标准的缔造者。

据了解,海尔LUXURii洗

干一体机在加热洗涤时的温度可以达到90°,可全面消灭衣物及筒内残留的霉菌,因为霉菌对温度很敏感,在35℃的水中生存率已很低,在45℃的水中几乎为零,因此可有效杀灭霉菌。

近日,海尔推出的静音洗衣机成为全国主要卖场的热点。据海尔洗衣机市场部负责人介绍,具有烘干功能的静音洗衣机,不仅能为广大消费者提供健康洗衣的全新方案,让广大消费者在雨季也能感受到阳光般的干爽生活,还具有噪音低于50分贝的突出特点,让消费者享受一个宁静、健康、干爽的季节。

一直以来,电视机都是客厅绝对的主角,从全家围坐“收看”电视,到家庭影音娱乐的中心,电视终端的“进化论”正在悄然改变着中国人的客厅。

网络电视,颠覆客厅传统体验 海信首发蓝媒网络电视全国“百团风暴”

预告

交300元当1000元! 海信55英寸LED开始预售!

6月26日,海信宣布其55英寸蓝媒LED液晶电视TLM55T08GGP正式上市,并从即日起发往全国家电卖场。从本周末起,海信将在全国重点家电卖场同时开展大规模的55英寸蓝媒LED液晶电视预售促销活动。预售期间订金倍返,交300当1000,加赠价值299元小音箱。

MAX客厅 海信首发“体验之旅”

针对MAX客厅风潮,6月22号海信全面启动了09新品蓝媒系列液晶电视的网络体验活动“创意DIY,海信蓝媒MAX客厅体验之旅”,实实在在地推进网络多媒体电视的普及。在采访中记者获悉,在海信

蓝媒MAX客厅的DIY体验活动中,网友不仅可以充分体验到蓝媒网络多媒体电视的出色功能,还能获得丰厚的MAX客厅作品奖励,160G移动硬盘、数码相框、蓝媒电视大奖极大提升了本次活动的人气。

聚焦蓝媒 海信首发“百团风暴”

为推动蓝媒网络多媒体液晶电视的普及,海信顺势推出了专门针对蓝媒系列产品的“百团风暴”超低优惠的团购行动,据海信有关负责人透露,全系列产品覆盖19英寸到55英寸10款蓝媒机型,参加蓝媒电视网络团购报名满百人即可享受全国最低风暴价购机。

快报记者 王多

友情提醒 购买网络电视,仅限网络报名! 活动时间:6月22日—7月19日 报名网址: <http://lanmei.hisense.com>

行业聚焦

盛夏在即,冰箱、空调等制冷家电成了家电圈里应景的热点,记者在各大连锁卖场发现,中高低档各产品线中,高端家电成了绝对焦点,尤其是高端电冰箱,记者了解到,2008年高端冰箱已占据整个市场近15%的份额,今年更是逆市飘红,可达到25%左右。此外国家信息中心5月底在“2009中国高端冰箱流行趋势暨行业发展高峰论坛”上发布的数据显示,包括对开门及三门以上的高端冰箱市场消费目前已进入提速阶段,我国高端冰箱市场销量今年有望达到370万台,同比增长30%,金融危机并未阻止高端冰箱销量上涨的步伐,甚至还抢夺了部分普通冰箱的市场。眼下,除了西门子等外资品牌外,国产的海尔、美的等品牌都在高端产品上加速布局。

高端冰箱凭啥逆市飘红?

三大因素促就逆市飘红

消费换代:随着城市居民住房条件的改善和消费能力的提高,电冰箱在城市已全面进入升级换代的阶段,在一、二级市场,高端冰箱销量占到总销售量的九成以上。

以旧换新:“以旧换新”作为家电下乡后又一利好政策,也是推动高端冰箱迅速普及的重要原因,业内人士透露,下一步超级节能冰箱产品还会像空调那样有望纳入国家节能惠民工程,享受政府财政补贴。这些惠民政策的实施无疑也将成为拉动高端冰箱销量的新引擎。

卖场力推:相对于普通冰箱两三千元的售价,高端产品的售价最低也有4000元,一些品牌甚至高达万余元。在高端冰箱放量增长的背后,得益于连锁卖场的积极推动。目前,高端冰箱的九成销量集中在一二级市场上,而这一市场上的家电零售份额主要为连锁卖场所掌控。

洋品牌不再“一手遮天”

在采访中,国美冰洗主管刘建军告诉记者,在国家一系列宏观经济政策的推动下,国产冰箱品牌势头越发展迅猛,经过2007、2008两年的努力后,高端冰箱市场已不再是洋品牌“一手遮天”的格局,以海尔、美的为代表的国产品牌高端冰箱市场占有率都有不同程度的提高。从品牌来说,美的冰箱作为高端领域的后起之秀,将品牌、技术、外观设计、产品线等综合竞争优势进行整合,快速成长为以中高端产品为主,覆盖全面市场的品牌,表现出了强劲的增长势头。从产品来说,由于对开门冰箱占地较大,三开门冰箱的受众面更广。

高端冰箱究竟“高”在哪?

为何越来越多的人愿意拿出高出普通冰箱几倍的价格为高端冰箱买单?究竟“高”在哪里?国美冰洗部负责人告诉记者,城市消费者对冰箱的要求已不单单追求使用层面的需求,着眼“自我”需求选择个性化的产品

是目前城市冰箱消费的主流,高端冰箱的大容量、多开门、多温区以及匹配居家设计的外观设计都是普通冰箱无法实现的,而随着国产品牌在高端冰箱领域技术研发和营销推广实力的增强,国产品牌在产品外观、功能设计、节能技术等方面创新提供了有力支撑和品质保障。该负责人用美的最新的凡帝罗系列向记者举例,这个系列相当抢眼,推出了法拉利红、地中海蓝、阿尔比斯白等不同色彩方案,更方便家居配套。此外其人性化设计更吸引了不少消费者前来近距离咨询,凡帝罗全系列的L型把手顺手且简洁,显示屏和按键之间采用银色饰条来区分,轻触式感应按键采用了内凹式设计,玻璃搁板可折叠、变温室抽屉设计成型更符合空间使用,LED光合保鲜灯与顶灯合二为一,充分兼顾了整体的设计感和使用的便利性。这样的个性设计加上实用的功能能够满足不同消费群体的需求。

快报记者 王多

家电圈

海尔文化激活“休克鱼”

吃“休克鱼”是海尔兼并扩张举措的一种形象的比喻。

从上个世纪90年代初开始的近10年间,海尔先后兼并了18个企业,并且都扭亏为盈。

在这些兼并中,海尔兼并的对象都不是什么优质资产,但海尔看中的不是兼并对象现有的资产,而是潜在的市场、潜在的活力、潜在的效益。海尔18件兼并案中有14个被兼并企业的亏损总额达到5.5亿元,而最终盘活资产为14.2亿元,成功地实现了低成本扩张的目标。

人们习惯上将企业间的兼并比做“鱼吃鱼”,或者是大鱼吃小鱼,或者是小鱼吃大鱼。

而海尔吃的是什么鱼呢? 海尔人认为:他们吃的不是小

鱼,也不是慢鱼,更不是鲨鱼,而是“休克鱼”。什么叫“休克鱼”? 海尔的解释是:鱼的肌体没有腐烂,比喻企业硬件很好;而鱼处于休克状态,比喻企业的思想、观念有问题,导致企业停滞不前。这种企业一旦注入新的管理思想,有一套行之有效的管理办法,很快就能被激活起来。

从国际上看,企业间的兼并重组可以分成三个阶段。

先是“大鱼吃小鱼”,兼并重组的主要形式是大企业兼并小企业;再是“快鱼吃慢鱼”,兼并重组的趋势是资本向技术靠拢,新技术企业兼并传统产业;然后是“鲨鱼吃鲨鱼”,这时的“吃”,已经没有一方击败另一方的意义,而是我们常说的所谓“强强联合”。

“全国十佳节能减排标志企业”揭晓 格力电器成为唯一入选家电企业

近日,中国名牌监测中心公布了“十佳节能减排标志企业”榜单,格力电器因长期以来在环境保护及节能减排方面所做出的突出贡献,最终成为唯一榜上有名的家电企业。

多年来,格力电器始终坚持自主创新,将节能作为企业发展的大计,成立了国家级企业技术中心,由副总裁担任中心主任,2008年研发费用超过10个亿,是家电行业研发投入最多的企业。早在

2004年11月,格力就研发出能效比高达3.91的“节能王子”,创造了变频空调领域的行业标杆。2009年,公司又开发出一系列具有自主知识产权的节能环保技术。特别是近期推出的G-Matrik直流变频技术,成功实现15赫兹低频运行,与普通直流变频空调相比,大大提高了变频空调的节能效果、舒适度、可靠性,被业内人士称为创造了直流变频空调新的技术标杆。

中国数字电视普及加速 一体机备受市场青睐

2008年中国有线数字电视的用户累计达到4450万户,2011年中国有线数字电视用户数将达到1.1亿。预计在2015年基本停止模拟电视播出。

去年,清华同方、东芝、LG等一批数字电视生产企业引导了数字电视一体机的销售热潮。其中,清华同方B80D全模高清数字电视一体机以其良好的市场表现荣获

“2008—2009数字电视一体机突出表现奖”。

“数字电视的普及既需要国家政策的扶持,更需要厂家的积极配合。”清华同方数字电视总经理王良海说,作为数字电视领导者,清华同方将加大数字电视普及力度,在2年内淘汰模拟电视,全面转向数字电视和网络电视的生产和销售。