

德国家电市场上的中国情结

“以前是德国企业向中国输出技术和设备,现在是中国的产品全面渗透德国市场。”德国家电市场对以海尔为代表的“中国造”怀揣着复杂的“情结”:这些年轻的、更具有创新意识、活力四射的东方企业,正悄悄的席卷德国市场,那些更具有欧洲风格,更贴近德国消费者需求的家用电器正以不可抵挡的速度,出现在每个德国家庭的厨房、餐厅、起居室……

德国作为欧洲家电大国,孕育了利勃海尔、米勒等众多世界级品牌,也培育了全球最为苛刻的消费者。在2010年德国IFA展会上,以海尔为代表的中国家电品牌再次依靠自主创新,以超强的创造需求能力创造出了德国家电市场上中国情结。这也彰显了海尔在20年的国际化进程中,“一个世界一个家”理念的再度蜕变与升华。

严苛的质量保障 成就德国市场第一跑

“国门之内无名牌。要想成为世界名牌,必须在每个地方都成为本土化的国际化名牌。”海尔在创业之初就发出了让中国企业界振聋发聩的最强音。25年前的“砸冰箱事件”砸出了海

尔人的严苛的质量意识,更成了中国家电史上里程碑式的烙印。

在1992年,海尔毅然决定首先把冰箱产品出口到自己“老师”的家门口,进军德国市场。然而,要想进入德国这个具有众多知名家电品牌的市场绝非易事:没有严格的产品质量保证和超前的设计,就无人认可。当时,海尔冰箱已顺利通过了德国的安全认证,但苛刻的德国人依然把海尔的冰箱拒之门外。于是,海尔提出这样的要求:把海尔冰箱和德国冰箱摆在一起,都把商标揭掉,德国经销商挑中谁的,就经销谁的。结果,在以严谨细致出名的德国人精心挑选下,海尔冰箱被选中,当德国人得知所选择的是海尔时,吃惊的睁大了眼睛,转而由衷的向海尔冰箱竖起了大拇指。

之后,海尔冰箱在德国市场经受住了一次次的严格检验。1993年,在《TEST》杂志对德国家电市场的进口家电的评比中,海尔冰箱以8个“+”号在受检的冰箱中名列质量第一名,海尔产品的经销商也日渐增多。1997年的德国科隆博览会上,海尔首次向12家欧洲经销商颁发“海尔产品专营证书”,是中国家电企业的第一家。

问鼎高端市场 赢得欧洲消费者的心

2010年德国IFA展举行期间,位于3.1馆内的海尔展台吸引了众多参观者,物联网家电、卡萨帝冰箱、三网智能电视等独创性产品成为整个展厅的焦点。业内人士分析,海尔产品的智能化、绿色化、厨电一体化和家电艺术化成为全球高端家电市场发展的趋势,呈现出与欧洲顶尖品牌对垒高端市场的态势。

笔者发现,一些“观众”对海尔展示的产品仔细研磨,动辄一两个小时。在展会现场,柏林一位名叫娜南蒂的主妇,反复把海尔3D冰箱的冷冻抽屉拉出、又用膝盖轻轻顶回去—显然,她非常享受海尔冰箱的这一抽屉式设计。“我从小从冰箱冷冻室里取东西都要三步:拉开冰箱门、打开冷冻室抽屉、弯腰取东西。用现在的海尔冰箱,我只需要拉开抽屉直接取东西,根本不用弯腰!”

众所周知,德国拥有以米勒为代表的高端品牌深受欧洲消费者青睐。而当中国家电企业试图将“中国第一”作为长远目标时,海尔又再次迎难而上,深入洞察

欧洲消费者的需求,自主设计研发了意式三门冰箱、卡萨帝法式对开门冰箱等一系列高端家电产品,满足了欧洲高端用户的需求,率先在大型白色家电及冰洗产品登顶世界第一。在如今的欧洲商场,海尔已与“白色家电中的奔驰”米勒并肩而立,成为德国乃至欧洲消费者有口皆碑的“洋品牌”。

据了解,2008年以来,受全球金融危机影响,德国家电市场持续低迷,而海尔白电产品却逆势上扬。2009年9月,德国数据统计机构IFR对德国市场冰箱平均售价的监测显示:占市场主流的冰箱平均单价为746欧元,海尔冰箱排在第三名,平均售价为855欧元,高出行业平均售价,名列德国主流冰箱售价前三甲。

“三位一体”创新运营 海外市场全面开拓

然而,海尔远不止步于德国市场的成功,成为欧洲市场的当地国际化品牌,是海尔在欧洲的终极战略目标。在此战略目标的指引下,海尔开始打造“三位一体”的创新运营体系,已经全面进入了KESA、Media Market、Carrefour、Expert等欧洲主流渠道,带有海尔LOGO的家电产品已经遍

布欧洲市场,这一切均得益于海尔“用户至上、创造需求”的理念。

为了能准确把握欧洲市场的需求,实现“出口创牌”的战略目标,海尔在欧洲意大利等地建立了贸易公司,在南欧以米兰和荷兰为中心、在中欧和北欧以德国和丹麦为中心成立了综合设计研发中心,在意大利、罗马尼亚和乌克兰均设有制造工厂,在欧洲真正实现了“三位一体”的本土化经营,海尔赢得了融资、融智、融文化的资本。当国内成本比较优势逐渐降低的时候,海尔凭借差异化的市场战略赢得了竞争优势。据世界著名的消费市场研究机构Euro monitor 2009年12月的市场调研数据,海尔品牌以5.1%的全球市场份额成为全球第一白色家电品牌。2010上半年,海尔集团海外市场营业额增幅为28%,欧洲市场业绩增长36%。

从2008年奥运会,到2010年世博会,再到世界杯,这些国际盛会见证了海尔稳健的全球营销实践。在今天的IFA展会,我们又一次欣喜地看到中国品牌通过全球化布局,整合全球资源,打造一张张闪亮的“国际名片”。 (辛闻)

三星冰箱提示您：谨防冰箱选购两大误区

时下,正值冰箱销售旺季,面对琳琅满目的冰箱产品,相关专家提醒消费者,千万不要被一些表面概念迷惑,避免陷入概念误区。

误区一:个子大,不代表容量大。

现在市场上的一些冰箱,从外观看上去很大,但由于过分追求设计,忽视了冰箱容量的需求,导致冰箱使用空间过小。

当然,市场上也不乏容量“巨大”的超实用冰箱,例如三星馨韵冰箱RSG5VLWJ,就是其中的代表之作。由于采用了顶级的VIP真空隔热材料,不仅隔热效果更好,而且超薄,使得RSG5VLWJ冰箱容量达645L,冷藏室和冷冻室容量分别达到了406升和239升,比普通双开门冰箱容量多出100L左右!

误区二:同样是冰箱,保鲜效果大不同。

如今,不少冰箱厂家提出了很多冰箱保鲜的概念,但其保鲜效果实在是不太理想。其实,保鲜的核心在于不能让冷冻室和冷藏室的冷气相互流通。三星RSG5VLWJ冰箱的“新生双循环”保鲜系统,在冰箱的冷藏室和冷冻室分别配套各自独立的蒸发器和制冷风扇,达到各行其是、各制其冷的效果,保证冰箱绝对不会产生串味和因交替制冷而出现的肉类等食品变味现象。

市场纷繁复杂,选购一款满意的冰箱产品需要加倍谨慎。三星RSG5VLWJ冰箱,无论是品牌或是品质,无论是容量还是保鲜功能,应该都是值得消费者信赖并且物有所值的满意选择。



吹响健康号角 酷开LED E70荣耀上市

9月11日,创维集团新推出一系列能让用户在家做健康运动的LED背光电视,用户在家使用电视机也能让身体运动健康起来。

这系列酷开LED被命名为E70系列,涵盖从32寸到55寸等5大主力尺寸,最领先之处是它的“酷开健身房”,独有“环球自由行”项目。

据创维公布的新品上市优惠信息显示,消费者预交100元即可获得1000元新品预订卡,也可进行电话预约获得预订优惠号,享受同样的活动优惠。凡购买42寸及以上酷开E70产品,还可获

得价值2880元健康礼包,包括:超薄LED专用音响、健康运动跑步毯、家庭KTV系统等等。特别强调:礼包数量有限,送完即止。

又折价又送礼,这款新品真优惠

为了让这系列多年心血研发的倡导健康运动理念的LED背光电视早日普及以及迎接“金九银十”家电传统旺季,打出种种优惠组合拳,意在让利消费者,进一步促进酷开LED的全面普及。

9月11日前,凡到现场预交100元现金,消费者即可获得1000元的新品预订卡,凭此卡购买酷开E70系列任

何一款产品,直接优惠1000元。如果你不方便到现场预交钱,也可以通过电话获得预订优惠号。创维工作人员特别强调,此预订卡(号)仅限11日和12日使用,同时也是活动现场享受活动价的唯一凭证,每台E70限用一张(个)。本市预订电话为:88017115。

同时,创维还为购买指定型号的用户赠送价值2880元的健康大礼包。据介绍,凡购买42寸及以上E70酷开LED的消费者,即可获得包括超薄LED专用音响、健康运动跑步毯和家庭KTV系统等在内价值2880元的健康

礼包。据介绍,创维还在市内家电商场开设“健康运动家庭”现场招募处,凡购买或预订酷开E70系列的用户均成为创维健康运动家庭,享受酷开健身教练的终端免费健身指导。参加现场“环球自由行”通关者,另有神秘礼品赠送。

既好看又健身,这款电视全家爱

据了解,创维酷开E70系列是全球第一款倡导健康运动的LED背光电视,它独有的健康运动平台,是专为家庭成员设计实现人机互动的系统平台,包括健身房、益智堂、竞技场三大模块,让用户足不出户轻松拥有健康生活。酷开健身房主打的是“环球自由行”竟跑项目,打开酷开健身房,便可轻松进入环球自由行的慢跑世界。环球自由行可根据个人喜好进行DIY角色设计,人物有“帅气爸爸”、“漂亮妈妈”、“聪明哥哥”、“可爱妹妹”等四种角色,选定适合你的人物,便可开始自由环球旅行世界,适合全家人不同角色进行健身运动。

酷开E70系列共拥有八大健康科技,除了酷开健身房外还包括在线酷影拥有电视门户网,酷开UI操作系统、全音响系统,在线K歌等等全方位健康科技。是成全全家人一起健康运动,在家K歌的欢乐好伙伴。本市预订热线:88017115

颠覆式产品成行业新趋势

卡萨帝复式高级滚筒全球同步上市



9月2日,全球高端家电品牌卡萨帝在上海举办了主题为“高度 掌握 未来”的卡萨帝复式高级滚筒上市发

布会。会上,卡萨帝推出了2010年新品——卡萨帝复式高级滚筒,并联合中国家电研究院颁布了洗衣机行业首个复式标准。据了解,该产品是在卡萨帝复式大滚筒基础上的全面升级,完全颠覆了传统洗衣机设计理念,将再次引领行业发展新趋势。

卡萨帝洗衣机全球设计总监伊藤道明在发言中表示,卡萨帝复式高级滚筒将在技术高度、产品高度、生活高度三方面引领全球洗衣机发展趋势。由于当前社会消费形势发生变化,洗衣机不再是一件完成洗涤任务的家电,为消费者提供更高生活品质成为行业竞争的主题。

具有高端品位、人性化设计的产品是企业赢得市场的前提条件,卡萨帝复式高级滚筒正是为此而来。

在发布会现场,笔者亲身体验了卡萨帝复式高级滚筒的各项功能:外观上,这款洗衣机延续了卡萨帝复式大滚筒1200mm的高机身,无需弯腰即可取放衣物;功能上,除了继续采用行业首创的Se复式平衡环系统,还创新性采用钢骨一体化结构,使其运行平稳、降低噪音的效果更加出色;操作上,增加了自

动添加洗衣液功能,产品会自动根据衣量添加适量的洗衣液;此外,新增的双重负离子洗涤模式,更是起到了有效杀菌,祛除异味的作用。

“纵观中国洗衣机行业这些年的发展,‘复式标准’可以说是卡萨帝洗衣机带给消费者‘创新价值’的完美展示。”与会专家向记者表示:“从中国家电市场来看,越来越多的消费者注重多重生活享受,能带来多重功能体验的家电产品备受青睐。在这一背景下,卡萨帝复式高级

滚筒的上市,必将引领行业未来趋势。”

中国家电研究院副院长吴尚杰表示,卡萨帝复式高级滚筒的推出以及复式标准的成功出台,是洗衣机行业具有里程碑意义的革命。在全球市场扁平化的今天,谁是世界标准制定者,谁就拥有绝对的话语权。复式标准的制定,对于中国洗衣机行业赢得更多国际空间有着积极地作用,这也在一定程度上推动了我国从家电大国向家电强国的迈进。

惠佳

- 国际厂商
- 优惠价格
- 欢迎惠顾

授权直销
款款真品
值得选择

持本广告购买指定型号套餐优惠50元

佳能7D+腾龙17-50 F2.8 VC防抖镜头



专业摄影之选
¥12950

佳能50D+适马18-200防抖镜头



入门高端单反
¥8900

惠佳赛博店: 2楼246号 82396929

尼康D90+适马18-200 防抖镜头



入门高端单反
¥8500

尼康D300S+腾龙17-50 F2.8VC防抖镜头



专业摄影之选
¥13299

惠佳科技市场店: 88587198

奥林巴斯 EPL1+14-42镜头



高画质家用相机/专业备机
¥3999

佳能550D+腾龙18-200镜头



高画质家用相机
¥6800

惠佳科技市场老厅: 82390696