2011空调市场格外给力

□张开学

2011冷年的空调市场会给消费者带来怎样的变化和选择空间呢?山东格力空调市场营销有限公司董事长、总经理段秀峰从产品的高端化趋势分析到三四级市场的集中爆发、从格力文化园的立意到格力网上购物商城的核心竞争力,为我们展现了2011冷年空调市场新的给力因素。

产品高端化成2011新趋势

还约略记得格力U系列空调新品发布时的场景:当众位礼仪小姐众星捧月般把“空调尤物”U系列展现在大家面前时,在场的媒体人士和代理商不约而同地发出阵阵惊讶声、赞叹声,这片片赞誉不是缘于场上美女的惊艳而是来自于格力U系列的超薄——15.3厘米。而距离U系列挂机新品发布不到4个月,格力I系列柜机太空舱空调横空出世,让空调不再显得单调和笨重,引领了空调风尚化的潮流。市场上其他品牌也做出呼应,大金的风尚系列、松下的聪明系列也陆续新品上市。

当记者的眼睛还游弋在格力I系列宣传册上时,段总洪亮而厚重的嗓音在耳边响了起来:“一定要亲自到卖场现场感受一下格力I系列的高贵气质!独创的太空舱机身,外观破方为圆的颠覆设计理念,采用的G10完美变频技术,真正做到了内外兼修,让空调产品高端化成为一种趋势。”

当问及格力缘何推出高端机型时,段总略作沉思,掰开手指如数家珍地分析道:“格力U系列和I系列是格力核心变频技术的扛鼎之作,随着消费者对外观、节能、舒适程度和附加功能要求的提高,空调产业向高端、节能、人性化的方向发展,格力连续发力高端空调市场,也正是顺应了这种市场需求。”

量在乡镇 质在变频

2010冷年对山东格力而言意义非凡,不仅在销售额上突破新高,也适逢山东格力成立十周年庆典,通过“格力大免单”等活动给予山东消费者丰厚回报,实现了经济效益和社会效益的双丰收。面对成绩,有的人可能还沉浸在自我陶醉的喜悦当中,而段总已经为新一年的市场未雨绸缪、运筹帷幄了。

当被问及新一年的市场规划时,段总站起身来,侧身望向窗外的远处,凝思许久后脱口而出:“‘精耕细作,合理密植;量在乡镇,质在变频。’这就是山东格力新一年的十六字方针。”段总继续向记者解释道,三四级市场尤其是乡镇市场平均增速在80%以上,个别乡镇网点甚至2倍、3倍地增长,比如泰安宁阳的乡镇承包商一年销售突破2000万,巨大的市场空间成为空调新的增长点;而格力在变频推广方面成就显著,变频空调约占销售的40%以上,这也是格力发力乡镇和变频市场的原因。“搭建县级销售平台,服务于乡镇销售网络,根据市场情况因地制宜开发网点数量,做到建立一个成功一个。”段总满怀信心地向记者道出了发力乡镇的策略。

据记者调查了解,家电下乡等一系列政策扶持下,农村市场成为家电销售野蛮式增长的沃土,格兰仕、志高等品牌也相继发力三四级市场。而随着电视、冰箱等家电产品的需求逐步得到满足,相信空调将成为下一个产品增长点。

格力文化园 承载商业新文明

每当记者采访结束时,总会回首看一眼段总房间里的一幅字“厚德载物”,在市场竞争如此激烈的时代,这个山东汉子的朴实的儒商思想,不得不说已经上升到了一种“德”的境界。这个“德”字的载体便是格力文化园。

“格力电器文化园,是山东格力10年营销经验的提炼和升华,是山东格力核心营销竞争力的具体体现,秉承了儒家文化仁、义、理、智、信的精髓,将商业经营与传统文化完美地结合在了一起,是山东格力基于目前行业竞争生态所做出的战略性选择。消费者在文化园内不仅能享受到高质量的产品品质和精细化的服务,宽松舒适的购物环境绝对带来不一样的消费体验。我们把格力文化园锻造成山东格力的核心营销标识,让“买空调,就到格力文化园”成为山东消费者耳熟能详的一句口头禅。”谈到格力文化园,段总一直满怀拳拳之情,讲到深情之处总是充满了殷切的期望。

据记者调查了解,推广品牌形象旗舰店,以高端的产品和精细化的服务带给消费者与众不同的消费体验,逐步成为各大品牌的共识。日前海尔山东最大的形象旗舰店已落户济南山大路,同时全省最大的三星专卖店也即将在聊城冠县落成。

网上商城 核心在服务

山东格力网上购物商城有着怎样的定位和特点呢?当记者获悉,新年伊始山东格力网上购物商城开业时,记者有些不解。

“山东格力网上购物商城是山东格力涉足网络渠道的一种尝试,它是山东格力企业文化形象的一扇窗口,与其他品牌网上商城的区别在于“不以价格取胜”。消费者只要登录www.greesd.com便可购买格力任意一款产品,价格和全省其他渠道的价格都是统一的,但在网上商城购买空调能够获得更多的赠品,能够获得更优质的服务,我们还会不定期开展‘秒杀’、‘团购’等优惠活动。”段总详细地向记者诉说着。

好一个“不以价格取胜”!那制胜法宝是什么呢?

“网上商城的核心落脚点还是服务!推出的‘格力贴心电器管家’服务,绝对是前所未有的创新!凡通过网站购买产品的消费者,我们将免费给他家中的所有大型家用电器建立档案,一年内如家内任何品牌家用电器出现故障,消费者通过网上预约后,格力售后服务单位将免费协助消费者进行修理,如果超出保修期,仅收取更换零件的费用,不收上门费。”当段总斩钉截铁地道出了网上商城的核心竞争力所在时,记者不得不啧啧称奇:如此格力,肯定给力!

在网络盛行的时代,消费者通过网络的消费能力呈几何式增长,不仅有京东商城、淘宝家电城等专业的网络零售渠道,一直专注于传统渠道的厂商也越来越重视网络渠道,诸如苏宁电器的“苏宁易购”、国美新近收购的“库巴网”,海尔、海信等品牌的网上商城等。而在网店林立的时代,如何突出自己的差异化核心竞争力,便成为在市场立足的根基。

海尔除甲醛空调郑重承诺:无效就退机

自海尔在岛城推出除甲醛空调一个多月以来,赢得了众多新婚新居用户的赞誉,市场份额进一步扩大。为了让更多消费者见证海尔除甲醛空调的“真功夫”,本着“诚信为本、以质求信”的态度,日前,海尔空调向全市消费者承诺:凡即日起消费者购买海尔除甲醛空调后15天内安装完毕并使用3天,经检测除甲醛无效果可立即免费退机,消费者本人不承担任何损失。笔者了解到,冬季全面供暖,甲醛挥发更严重,海尔此时针对除甲醛空调提出这一品质承诺,目的就是要让消费者对除甲醛效果看得见、无顾虑,真正免受甲醛侵害,放心安全入住新居。

对此,有业内专家也评价,海尔此次推出这一品质承诺不仅体现了其高度的品质信心,更是从侧面显示了其行业领军品牌的雄厚实力,必将掀起今冬空调市场新一轮的消费热潮。

权威检测 不到一天甲醛去除率超90%

据了解,目前海尔全球首推并申请国家专利的除甲醛空调已顺利通过国家权威检测机构检测。相较于传统除甲醛产品(如活性炭、绿色植被等)小范围、只能吸附不能去除的特点,除甲醛空调能真正彻底去除甲醛,且效果明显。

来自清华大学建筑环境检测中心检测,海尔除甲醛空调效果远优于市场同类产品。具体检测数据显示:在30 m^3、甲醛初始浓度超标12倍的房间内,使用海尔除甲醛空调近22小时,甲醛浓度降至0.096 mg/m^3(国标限量值以下),去除率近92%;使用该产品47小时,甲醛浓度仅为0.028mg/m^3,去除率高达97.68%。

获IFA国际大奖 新婚新居用户的首选

不仅去除效果明显,海尔除甲醛空调更是登上了全球空调业“工业设计奥斯卡”的最高奖台。据悉,在近期举办的德国2011年IFA国际设计大赛中,海尔除甲醛空调便凭借人性化时尚外观设计与国际领先除甲醛功能的巧妙融合,从全球43个国家的2756件产品中脱颖而出,一举斩获IFA设计大奖。

尤为值得一提的是,该产品独有独立除甲醛、全方位送风分解甲醛、甲醛分解无二次污染等领先优势,真正实现了高效、节能、安全除甲醛,一经上市,便成为新婚新居用户的首选。特别是在冬季供暖后,只需单独开启除甲醛功能即可将高温密闭环境中的甲醛彻底分解,真正抵御了冬季释放剧烈的甲醛污染。

世界级品质 切实保障用户利益

海尔此次提出“除甲醛无效就退机”这一品质承诺的信心还源于其世界级的品质实力保障。据介绍,海尔除甲醛空调经过中、日两国技术专家近一年时间研发成功,利用目前世界最新除甲醛专利技术,同时,发挥其在制造、服务等方面全球一流团队全程化、专业化的品质管控,尤其是独有的“10年免费包修服务”品质保证,全面确保了消费者在购买除甲醛空调前、中、后的切实利益。除甲醛是一个长期的过程,有关专家也解释,由于甲醛广泛存在于家具、涂料中,挥发期达3-15年,释放速度也会随着温度、湿度而变化,因此建议购买除甲醛空调的用户要时常定期开机除甲醛,真正确保一年四季室内空气安全健康。 (辛闻)

美的冰箱巨力打造贺岁大片

新年伊始,从美的制冷家电集团传来消息,美的冰箱荆州基地扩能项目提前一年完成。2011年1月11日,荆州市市委书记应代明、代市长李建明和美的集团董事局主席何享健、美的制冷家电集团CEO方洪波等共同出席扩能成功庆典,为2011中国冰箱行业打造一部贺岁大片。据了解,美的冰箱荆州基地扩能项目于去年1月19日正式启动,累计总投资达到7亿元,新增500亩地为冰箱、冷柜生产及仓储进行扩能,提升综合冰箱年产能达到500万台。

借中部优势,提前一年达产

在庆典现场上,美的制冷家电集团CEO方洪波表示,得益于荆州市在人才、区位、成本等方面的综合优势和荆州市政府优良、高效的投资服务机制,使得美的冰箱荆州基地扩能项目比预计2012年完成的时间提前了整整一年,这也标志着美的冰箱事业进入一个全新的发展阶段,为在“十二五”期间冰箱实现产销规模2800万台的战略目标奠定良好基础。

美的制造基地积极向中西部转移,正是看中中西部区位优势,尤其湖北作为一个中部要冲,可承接产业转移最有优势的一部分。美的将形成,由南部沿海到中部再到西部的梯度产业布局。

深耕国内市场,巩固行业两强

业内人士分析,内销需求旺盛是冰箱销量增长的主要因素,也是各大冰箱企业重点关注的主要市场。从长远来看,三四级市场蕴含着很大的消费潜力,农村市场需求进一步释放仍将是支撑冰箱行业高速增长主要驱动因素。此外,城镇化进程持续推进,居民收入水平不断提高,有效增加家电产品更新需求,产品升级特征明显。

美的冰箱在荆州制造基地追加投资扩大产能计划的达成,将进一步完善美的冰箱在国内市场的战略布局,强化美的冰箱争夺国内、海外市场的综合竞争实力,持续巩固美的冰箱行业前两强的地位。

目前,美的冰箱在国内拥有安徽合肥、广东广州、湖北荆州三地五个制造基地,国内市场发展需求将获极大保障。

(韦喻歆)

劣质插座拉响节日“火警”

春节日渐临近,随着节日期间用电负荷的逐渐攀升,频发的火灾事故也再次为我们拉响了“火警”。据公安部消防局统计,2010年春节期间,从2月12日起的短短一周内,全国共发生火灾7480起,死亡35人,直接财产损失高达2849万余元。火灾就像藏身角落的魔鬼,只要广大老百姓有一丝放松警惕,就会露出狰狞面目,吞噬人们的物质财产甚至宝贵生命。彻底消灭火灾隐患,刻不容缓。

相关数据显示,近两年来,电气火灾以33%的比例高居火灾原因首位。其中,劣质插座作为家庭用电环节中最易被忽视的一环,其突出的安全隐患成为了引发火灾的“头号凶手”。公牛插座专家特别提醒消费者,眼下正值春节用电高峰,电器扎堆使用,家庭用电负荷增大,一旦家中插座是劣质产品,火灾将一触即发,后果不堪设想!对此,记者特别走访了电源插座新国标的主要制定者——公牛集团的插座专家。专家指出,插座质量优劣与家庭用电安全息息相关。

那么,如何挑选优质插座,真正从源头上杜绝火灾隐患?公牛插座专家特别支招,只要“一认二看三验”三招就能辨别优劣质插座,远离火灾隐患,平安过节。一认品牌:在购买插座时,首先应注意挑选大品牌。二看外观:如果对品牌不熟,可先观察插座外观。优质插座色泽均匀,做工精细;而劣质插座色泽不均,做工粗糙。三验手感:首先,拉动电源线,优质插座电源线手感软硬适中,而劣质插座电源线手感较软。公牛专家指出,优劣插座电源线内部铜丝的材质与粗细差别很大。

以上“三招”简单实用,可帮助消费者轻松拒绝劣质插座,消灭火灾隐患。眼下正值新春佳节,广大消费者更需多加留心,练就“火眼金睛”,挑选像公牛这样值得信赖的业内知名品牌,营造安全的家庭用电环境,度过一个喜庆祥和的春节。