



low-carbon 低碳—夏

2011山东低碳家电品牌评选推荐特刊

别让“低碳”成“低叹”

□刘国胜

哥本哈根气候大会以后，“低碳”这个词已经流行了近两年。在山东家电行业，本报发出“低碳营销”的倡议至今已一年多。一年多以来，多位家电品牌的山东营销负责人都曾对笔者拍着胸脯表示，他们低碳产品的销售又增长了N倍，云云。我不想也没有怀疑这些数据，但我认为他们至少在低碳营销的细节上还有进步的空间。

随着家电下乡、以旧换新政策接近尾声，今年家电市场被普遍唱衰，竞争再次加剧，作为“临门一脚”的销售终端变得杀气腾腾。于是，卖场“重装开业”的频率越来越高，派发单页的大学生也纷涌上街头……“连锁卖场一个‘重装开业’的口谕，刚花几十万改造的展台就成了垃圾，营销成本越来越大，低碳营销何从谈起？一边吆喝着低碳一边满街滥发单页，刚开完低碳营销的会就留下一地矿泉水瓶，这些不都是低碳营销的笑话吗？”一位圈里人忧心忡忡地说，“还有呼吁了多少年的家电包装箱回收问题，你看到哪一家行动起来了吗？”

上嘴唇一碰下嘴唇，你可以轻松喊出低碳、零碳甚至负碳。如果不采取实际行动或不注意行动的细节，“低碳”难免成“低叹”。

对于我们普通人来说，低碳也应是实实在在的行动。低碳生活其实并不深奥，通俗地说，就是花最少的钱干最多的事，这不正是经常在菜市场讨价还价的你擅长的吗？豆瓣社区的低碳小组成员喜欢一种碳计算器，把每天居住、出行、衣着、饮食的排碳量换算出来，以减碳为时尚；在家电、数码、IT、手机等耗电产品的选择上，不节能的不买，不环保的不要，淘到出色的低碳产品，还要拿到网上秀一秀、晒一晒，并以此为荣！当你和豆瓣的“低碳子”们一样以实际行动起来，你会发现低碳生活原来如此快乐而有意义。

别让“低碳”成“低叹”，有可能的话，让她成为你美妙生活的“咏叹”！

导读

B05
B06
B07

别让“低碳”成“低叹”

2011山东消费者最喜爱的十大低碳品牌
2011山东30大节能家电产品推荐榜

策划：夏雁青
统筹：刘国胜
执行：张开学
丁玲

2004年跃上巅峰

连续8年领航中国彩电市场

大型 3D 团购节

8月13日-14日

领先优势逐年扩大

距活动还有最后1天

截止目前已达105874人，报名人数越多，价格越低！

电话报名：0531-88695527、0531-88695528、0531-88695564

QQ报名：2397283118、2396047069

通过以上两种方式获取本届海信电视团购编号，凭团购编号现场购机可抵50元，于13日/14日享受最低团购价。

报名截止日期：2011年8月12日 活动地点：各大家电商场海信电视专柜、海信专卖店、海信精品社区店

活动区域仅限济南、德州、聊城、泰安、莱芜、淄博、东营、滨州

海信平板电视连续8年销量遥遥领先

本活动最终解释权归青岛海信电器股份有限公司济南经营分公司所有 全国服务热线：4006111111