

2011 Fall Fashion Trends

秋日趋势

都市消费·主打/家电

近年来,省城家电零售业也呈现出卖场高端化、购物环境人性化、“前店后网”等新趋势,满足了不同层次消费者的消费需求,为改善当前家电零售模式做出了有益的、创新的探索。

关注三联家电开业系列报道之二

卖场云集 特色立店

□张开学

卖场高端化渐成趋势

随着恒隆广场的入驻,济南的商业环境达到前所未有的改变,高端化逐渐成为趋势。近期,苏宁电器SUNING elite恒隆店开业,定位为“精选”、“高端”,主要面向的是济南的中高端消费群体;国美电器在泉城路省府前街的新活馆也同日开业,在产品丰富度、购物环境和服务理念上均有所突破,带给消费者完全不同的购物体验。据记者了解,海尔、索尼、三星等家电品牌也纷纷设立旗舰店、精品店、体验店,业内人士表示,家电卖场高端化已成为一种新的竞争趋势和消费潮流。

在各家电卖场新店频开、重装促销的同时,位于泉城路西端的三联家电仍在闭店装修,显现出一丝神秘。三联家电副总经理杨东明向记者透露,三联家电经过长达一个月的闭店装修,将发生一次彻头彻尾的“蝶变”,带来济南家电商业模式上的一次震动。

“三联家电蛰伏了近一个月,为的就是以全新的面貌带给消费者全新的感受,引进高端家电品牌便是重中之重。此次,我们和RIM公司、中国电信达成战略合作,负责黑莓手机9630款的全省市场推广,并将在济南举办大型路演活动;我们和哈曼达成战略合作协议,在三联家电建成哈曼的体验馆……这都是山东家电业态前所未有的。”杨总信心十足地介绍道。

多屏互动 无线精彩

海信发布新一代智能电视

继一个月前海信高调发布全球首款个人移动智能电视iTV后,9月14日,海信电器(600060)在京召开新闻发布会,重磅推出XT710系列大尺寸并具有多屏互动功能特征的新一代云智能电视产品。至此,海信提出的“家庭趋大、个人趋小”的智能电视产品线拓展布局初步完成。

多屏互动的实现,真正使看电视突破了时间和空间的局限,既能满足家庭娱乐共享需要,也能实现个人娱乐对移动性和个性化的需求。同时,XT710系列“新

电视”还采用了新型手势控制、语音控制等智能化人机交互技术,操控的简易性较之前的智能电视有了更大突破。

海信电器总经理刘洪新表示,随着智能时代的到来,“视频即电视”的泛电视化特征将电视重新定义,主流消费群体年轻化趋势明显,市场竞争的重点已经从单纯的硬终端,转向产品应用和用户体验等方面,这使得传统彩电制造企业面临严峻挑战。

海信电器副总工程师管怀刚表示,其实早在两年

前,海信就将云平台作为智能化战略的技术支撑平台投入建设,并在此基础上建立起了海信智能电视运营支撑系统,目前已经提供了大量的云服务和云应用。此次发布的“新电视”,可以提供包括“云分享、云同步、云视频、云智控、云社区、云应用、云空间、云游戏”等在内的八大云功能特征,未来还将基于海信云计算平台持续不断地扩展更多的云服务和云应用,充分利用云计算技术已经成为海信智能电视的基本特征。

青岛畅响,华硕N系列无与伦比之音

最受90后追崇的创作才子周杰伦,近日化身华硕电脑首席设计师,亲自参与N43笔记本电脑特别版新品的设计,在该系列产品著名的美声特质上融入浓郁Jay式风格,打造出2011年最特立独行的无与伦比之作。9月7日下午“追寻无与伦比华硕电脑N系列山东媒体交流会”在青岛海边朗园酒吧隆重举

行,与会人员包括山东平面、网络、广播、微博等主要媒体、经销商共计30多人,由山东经济广播著名节目主持人麦琪担当主持。会上,华硕电脑中国业务总部消费产品中心总经理赖裕文先生详细介绍华硕N系列一系列独特的技术:2秒开机、掌托纳米涂层,华硕独特的Opencell技术等,据悉该机种与世界顶级

视听品牌Bang & Olufsen ICE power取得技术合作,全部配备经过B&O ICePower顶级认证的Sonicmaster“美声大师”音效系统。华硕N43周杰伦特别版以中国青花瓷为灵感源泉,辅以音乐、武术、魔术和西方巴洛克图腾等元素的创作方式,加上Jay字书法落款,打造出中西合璧的独特气场。



购物环境成差异化优势

每逢节假日,各大卖场的促销活动总是十分惹眼:促销海报四处张贴,让人眼花缭乱;看不过来;易拉宝、展架到处都是,让人避之不及无处闪躲;促销单页漫天飞舞,递到手里之后便随手扔掉,浪费资源不说更是生成了大堆生活垃圾。消费者似乎被这种促销模式侵蚀久了,久而久之习惯了,如果没有这种大张旗鼓的促销举动,反而让消费者觉得没买到实惠。然而,消费者王先生来电反映:累死累活地参加卖场的各种促销活动,赠品赠礼领了一大堆,最后一算,反而没怎么省了钱。业内人士表示,随着消费者理性消费的意识,卖场这种硬性捆绑式的促销,将会越来越跟不上市场节奏。

“还给消费者一个舒适的消费环境”,这种呼声近几年越来越高。“节假日添置几件家电,本来是想逛逛商场,体验一下现在的高科技产品,顺便也让自己休息一下,没想到

卖场里喧嚣声一片,让人不愿驻足片刻,最后还是弄个身心疲惫,完全失去了假日的感觉。”消费者王先生向记者如此抱怨。不过,类似王先生这种渴望舒适消费体验环境的消费者,今后想边休闲边购买家电的愿望可以实现了。据三联家电副总经理杨东明介绍,三联家电开业后将带给消费者舒适化的购物环境、科技化的购物品质和人性化的购物体验。

“三联家电将一改家电卖场节假日不低碳的促销模式,尽量减少促销海报、宣传单页等促销方式,减少导购员对消费者的‘消费骚扰’,采用智能机器人全程导购,将建成全省最大的3G体验中心,让消费者自由地选择地去购物、去休闲,提供给消费者最理想的购物环境,这也是我们区别于其他家电卖场的特色所在,让‘买家电,到三联’这句妇孺皆知的广告语,赋予新的含义。”杨总向记者更为详细地介绍到。

“前店后网”赢得未来先机

随着家电卖场的竞争愈演愈烈,战火已经从实体店烧到了网络之上,纷纷盯上了家电网购这块肥肉;而随着消费者对于网购这种消费方式的逐渐接受,网购家电也必将成为未来的消费选择,诸如京东商城、苏宁易购、国美电器网上商城等,发展十分迅速。业内人士表示,家电电子商务发展日益迅速,谁先抢得这块制高点,谁必将夺得未来家电销售先机。

记者从三联家电了解到,三联家电和中国电信合作,将物联网应用于家电销售领域,将建成全国首家物联网实体店。“三联家电这种电子商务模式不同于普通的网购,我们称之为‘前店后网’模式,是一种无限跨界的异业联盟。通俗点讲,三联家电济

南总店是我们的形象店、旗舰店、物联网实体店,里面各种高端家电品牌应有尽有;而在我们下面的其他店面,均设有中国电信设计的物联网终端,消费者尽可以通过这个终端从我们实体店里面购物,各种产品信息、优惠活动一目了然,购买过程中全球眼系统覆盖,实现人机对话和远程营销,如同在实地逛济南总店一样。”杨总详细地向记者介绍了“前店后网”这一新的家电销售模式。

对此,业内人士表示,“前店后网”这一新的家电销售模式,把物联网和电子商务完美融合,把实体店旗舰店和渠道分店紧密结合,是家电销售模式的一种有益创新,必将带给消费者完全不同的购物体验。

黑莓手机济南路演

即将启动

记者从三联家电了解到,在开业前夕,三联家电商场将联合中国电信、RIM公司将各自的优势资源集中到一起,隆重推出“联信而动 精英传莓”活动,地点在三联家电商场南广场,活动将一直持续到十一黄金周。

据路演负责人介绍,路演现场将以绘画的方式,把世界金融中心华尔街作为相关的活动基调,并邀请国际名模现场散发黑莓版《华尔街日报》,展区现场还有外籍爵士乐队演唱,把华尔街的商业风采展露无遗。此次活动展区众多,分为舞台区、企业应用展区、个人应用产品展区和黑莓历史名人精品区,从方方面面回顾了黑莓手机的发展历史。

活动期间,仅需3988元,不但可获得价值3988元的黑莓96303G智能手机1部,同时还可获得至臻尊享大礼包:1500元济南三联家电开业自由礼金,1500元中国电信自由话费(含黑莓个人业务);自由话费使用完后,后续话费均可获得36%三联家电购物礼金返还(3年内)。

好“芯”喝好水

近年来,随着济南相关部门及企业对供水管网的改造力度不断加大,一些市民也逐渐开始改善家中自来水的品质。“我也不想各人自扫门前雪,问题是别人的瓦上霜,咱老百姓也管不了是吧!”家住舜耕路附近的张女士表示,面对饮水的健康,很多市民不愿选择继续等待,纷纷购买各种净水设备来“自救”。在自家的自来水管上安装净水装置,以此提高家中自来水的品质。

“选购净水器,关键是

看滤芯好坏。”当笔者提出,市民是否安装了净水装置就能保障家中自来水的品质时,净水专家、世博会直饮水设备核心技术发明人陈良刚给出了上述回答。随着“十一”来临,各家电卖场里的各种品牌净水器可谓“乱花渐欲迷人眼”,陈良刚表示,过滤效果和使用寿命是消费者比较看重的因素,一个关乎水质,一个关乎经济成本。据市场调查数据显示,安装家用净水器超过3年的用户中,不再使用净水器的用户

比例高达72%,这主要是因频繁更换滤芯带来的麻烦和高昂成本。

据陈良刚介绍,一般的家用净水器,滤芯使用半年就需要清洗或更换。针对这一问题,知名品牌立升已研制出两个出水口的超滤膜净水器,比一般净水器多一个排污口。由于能排污,滤芯里面的脏东西就可以随时排掉,这样的滤芯使用寿命能达到3年以上。立升净水济南客服:0531-86951138

智本天成 成就商业价值

——宏碁中国发布七款商用笔记本新品

9月15日,宏碁中国在济南君顶华悦俱乐部举行了以“宏图伟略 智本天成”为主题的商用笔记本新品发布会。作为全球第二个人电脑品牌,宏碁以时间积淀逐渐成就用户的信赖之选。而此次全新上市七款商用笔记本产品,为其继续发力中国商用市场增添了更加有力的砝码。

在此次发布会上,宏碁中国重磅推出的七款新品笔记

本特色不一,定位不同。它们分别是拥有高端性能的Acer TravelMate 6595、Acer TravelMate 8473以及方正颐和A400,商务便携的Acer TravelMate 8481,实用稳定的Acer TravelMate 4750和方正颐和E400,以及灵动便携的方正颐和E100。以宏碁强大的产品研发和设计能力为后盾,这七款新品的产品设计与全球接轨,全面满足中国不同行业

不同商业用户的应用需求。

据宏碁中国参与此次新品研发设计的产品经理陈琮介绍,让中国商业用户以本土化的价格拥有国际化品质的笔记本产品是此次宏碁商用笔记本新品的产品策略之一。因此这七款新品是基于对中国用户商业应用实际需求的把握,同时引入宏碁全球领先的笔记本设计和技术优势而打造。