

黄金周彩电销量翻番

厦华、TCL、创维、长虹、海信彩电纷纷大幅增长

□时报记者 施业传 王林琳

近日,记者从国美、苏宁等家电连锁店了解到,以厦华、TCL、创维、长虹与海信为首的彩电品牌,其销量纷纷翻番,引人注目,以平板皇帝厦华为例,2006“五一黄金周”期间厦华彩电国内市场销售同比增长超过100%,高于行业平均水平,其中,本次黄金周第一天厦华在全国共销售彩电5万台,实现营收3亿元,成为黄金周各大家电卖场最受消费者青睐的明星品牌之一,创下了该公司历史同期最好战绩。同时,其它的如长虹、TCL、创维、海信、康佳、海尔、夏新等国产品牌销量均不错,而日彩电品牌如索尼、夏普、日立、松下等纷纷表现不佳,在中国彩电已经面临“边缘化”的退市风险!

超薄CRT彩电市场新宠

在厦华、TCL、创维、长虹与海信等销量大幅增长的品种中,厦华彩电宣传负责人苏再泉对记者称:作为中国数字高清电视和平板电视的龙头先锋,厦华彩电在此次黄金周首日获得完美路演,其“微晶神画”系列平板电视,特别是中大尺寸的高清平板电视最为火爆,而厦华CRT彩电的超薄系列由于共享应用了该公司平板电视的技术和外观等精华要素,市场反应也颇为抢眼。据透露,此次黄金周终端卖场里厦华也赚了相当人气,该公司少帅谢思瑜总经理以及在节前一两天就已分片亲临市场一线布局督战。厦华电子中国营销总部有关负责人在接受记者采访时表示,尽管节前在产品备货方面做了精密部署,但此次“五一黄金周”首日所出现的销售狂潮还是有些超出原来的计划,不少地区市场曾出现断货现象,不过,厦华先进的FRP分销系统和第三方物流管理系统为此迅速有效地解决了货源配置等问题。厦华成为惟一国产平板电视品牌跻身全球八强并连续通过了CQC和CESI的高清电视双认证、获得了中国数字电视杰出贡献奖等利好,无疑是厦华彩电此役成功的支撑点。据世界名牌协会调查分

析:黄金周之所以迎来销售“井喷”,主要是因为以下几个原因:第一、黄金周是新年第一个结婚高潮,对彩电需求量突然放大;第二、许多人平时忙,黄金周已经不是太喜欢出游,而是留在广州逛商店,同时珠三角周边到广州的游客猛增;第三、彩电升级换代正在开始,传统的CRT彩电正在淘汰,换代需求猛增;第四、苏宁与国美的促销活动十分强劲,许多促销产品纷纷抢市,进一步增大了消费者的需求动力!厦华、长虹、海信、创维、TCL等的断货现象正在缓解!

黄金周成彩电“井喷时期”

对于厦华、TCL、创维、长虹与海信今年“五一黄金周”的不俗表现,世界名牌协会国际营销大师科特认为:这样的战绩虽有些出乎意料但却在情理之中,一个月前厦华宣布欲发挥其既有的外销优势而加磅发力国内市场,显然此次五一是其销售战略调整后的第一波战役,而之前,厦华成为惟一国产平板电视品牌跻身全球八强并连续通过了CQC和CESI的高清电视双认证、获得了中国数字电视杰出贡献奖等利好,无疑是厦华彩电此役成功的支撑点。据国际知名的WNA调查统计,2006“五一黄金周”第一天厦华全国共销售彩电5万台,实现营收3亿元,成为黄金周各大家电卖场最受消费者青睐的明星品牌之一,创下了该公司历史同期最好战绩。

据苏宁电器与国美电器分析:作为中国数字高清电视和平板电视的龙头先锋,厦华彩电在此次黄金周首日获得完美路演,其“微晶神画”系列平板电视,特别是中大尺寸的高清平板电视最为火爆,而厦华CRT彩电的超薄系列由于共享应用了该公司平板电视的技术和外观等精华要素,市场反应也颇为抢眼。

彩电巨头惊现断货现象

厦华、TCL、创维、长虹与海信等负责人接受记者采访



2006年五一黄金周进账3亿一跃成彩电群龙之首。

时报记者 陆明杰 摄

时表示,尽管节前在产品备货方面做了精密部署,但此次“五一黄金周”首日所出现的销售狂潮还是有些超出原来的计划,不少地区市场曾出现断货现象,不过,厦华先进的FRP分销系统和第三方物流管理系统为此迅速有效地解决了货源配置等问题。厦华成为惟一国产平板电视品牌跻身全球八强并连续通过了CQC和CESI的高清电视双认证、获得了中国数字电视杰出贡献奖等利好,无疑是厦华彩电此役成功的支撑点!

据世界名牌协会调查分

析:黄金周之所以迎来销售“井喷”,主要是因为以下几个原因:第一、黄金周是新年第一个结婚高潮,对彩电需求量突然放大;第二、许多人平时忙,黄金周已经不是太喜欢出游,而是留在广州逛商店,同时珠三角周边到广州的游客猛增;第三、彩电升级换代正在开始,传统的CRT彩电正在淘汰,换代需求猛增;第四、苏宁与国美的促销活动十分强劲,许多促销产品纷纷抢市,进一步增大了消费者的需求动力!厦华、长虹、海信、创维、TCL等的断货现象正在缓解!

相关链接

厦华五一黄金周内销增长100%

来自厦华电子中国营销总部消息,2006“五一黄金周”期间厦华彩电国内市场销售同比增长超过100%,高于行业平均水平。厦华电子中国营销总部负责人表示,不少地区市场曾出现断货现象,不过,厦华先进的FRP分销系统和第三方物流管理系统为此迅速有效地解决了货源配置等问题。

世界名牌家电协会专

家认为,一个月前厦华宣布欲发挥其既有的外销优势而加磅发力国内市场,显然此次五一是一其销售战略调整后的第一波战役,而之前,厦华成为惟一国产平板电视品牌跻身全球八强并连续通过了CQC和CESI的高清电视双认证、获得了中国数字电视杰出贡献奖等利好,无疑是厦华彩电此役成功的支撑点。

时报记者 王林琳

相关链接

志高万和喜获十大民营诚信企业

记者昨日从佛山市经贸局获悉,广东志高空调股份有限公司与万和集团有限公司被评为2005年度广东省十大民营诚信企业。

广东省企业家活动日日前在广州召开。本次活动以“创新、品牌、集群、和谐——当好排头兵的广东企业家战略抉择”为主题。会上,有关部门对30家广东省优秀企业、30名优秀企业家和十大国家(民营)诚信企业,以及600家广东省诚信示范企业进行了表彰。

据介绍,广东志高空调股份有限公司与万和集团有限公司被评为“2005年度广东省十大民营诚信企业”;佛山市海天调味有限公司、南海区新电业制造有限公司被评为“省优秀企业称号”。此外,我市还有105家企业入选“广东省诚信示范企业”,2人被评为“省优秀企业家”。
通讯员 李威

科龙容声双双惊艳“黄金周”



科龙确定了“高科技、高品质、时尚化、精细化”的产品战略。

时报记者 陆明杰 摄

五一黄金周,科龙空调、容声冰箱销售双双告捷。有关统计结果表明,五一以来,科龙空调、容

声冰箱在国美、苏宁等连锁卖场的销量一直名列前茅,其最新推出的科龙双效变频空调和容声SPA原生

态冰箱供不应求,在很多商场仅剩样机。

科龙主管国内营销的副总裁石永昌说,科龙空调、

容声冰箱五一黄金周销售出现爆发性增长,业内许多同行都没有料到。他认为,科龙销售获得巨大成功,主要在于公司制定了正确的高端产品战略和节前准备了充足的适销产品。

2006年以来,科龙的生产经营日趋稳健,公司确定了“高科技、高品质、时尚化、精细化”的产品战略,得到了市场的充分肯定,而世界名牌协会国际营销大师科特对记者称:2006年一季度,科龙新推出的冰箱、空调新产品达到了20多款,这些产品都具有高科技、高品质和非常时尚的外观,受到了市场的热烈欢迎。

比如新上市的科龙双效变频空调采用“IRES”主动节能系统,继续发扬科龙空调历来的高效节能优势,主推产品的节能水平超过了国家一级节能标准;容声SPA原生态冰箱则采用了科龙独有的分立多循环专利技术和第

四代维生素C养鲜魔宝技术,能让不同的食物找到最佳存放温度,同时,主动向水果蔬菜里添加营养,改写了传统冰箱只能“被动保鲜”不能“主动养鲜”的历史,使冰箱保鲜技术进入一个新时期。

广州国美负责人说,科龙空调、容声冰箱是国内著名家电品牌,本身具有非常显著的品牌、技术和市场基础优势,公司新领导班子经营更加理性和务实,使商业合作伙伴和消费者对其发展前景更加充满信心,有力地促进了科龙产品的销售。

科龙的冰箱、空调出现爆发性增长,也与其始终重视产品质量和售后服务有关。据悉,在“2005年度消费者最信赖的中国质量500强企业”评比中,科龙空调、容声冰箱在家电产品中以最高票数当选“中国质量领先十大品牌”。

时报记者 施业传
通讯员 璐璐