

惠州秋季家电节升级再让利

空调产品最高降幅 40%，高端彩电降幅达 35%

□信息时报记者 池锦黎
通讯员 吴建新

上周,惠州国美 08 秋季家电节在广大消费者的期盼中盛大开幕。这是继十一国庆长假过后,惠州国美组织的第一个大型促销活动。本次家电节打破了长假过后市场低迷的魔圈,创下近千万的销售业绩。鉴于上周“08 秋季家电节”出色的销售业绩,惠州国美本周将取得冰洗空彩等众多知名厂家携带的“粮草”增兵。本周末,国美秋季家电节将震撼升级,强势打造今秋又一震撼的家电盛宴。



惠州国美 08 秋季家电节吸引了大批消费者前来选购家电。信息时报记者 陈双焱 摄

空调和冰箱降幅最大

据了解,国美为了升级家电节活动,加大了降价幅度和产品加赠力度,保证消费者在接下来的三天里都可以在国美电器买到质优价廉的产品。

其中,降幅最大的当数空调和冰箱,空调产品最高降幅 40%,并且国美与西门子冰箱联合推出

的各项活动,率先拉低了冰箱类产品的价格。

另外,具备国美传统优势的彩电类产品也将再一次进行低价促销政策,高端产品降幅也追赶十一黄金周达到 35%,平板、高清等产品的价格也会进入今年以来的又一低谷。针对 3C 类产品,国美又

一次性投入近 10 万元,除价格实惠外,蓝牙耳机、存储卡、精品耳塞、手机备份器等赠礼极具诱惑力。

据了解,高清、运动、平板彩电仍是此次 08 家电节升级活动中的主角。国美相关负责人透露,国美根据 9、10 月

份市场旺销情况,近期又投入了近百万元,采购大量的主流机型。国美电器对外高调宣布,目前已经囤积了价值近百万元的彩电资源,国美的彩电总储量约占今年彩电市场总需求量的 50%以上。国美凭借前期大规模的订单,获得了有效的价格优势。

创意促销让消费者获利更多

据国美方面介绍,此次活动国美主要坚持四大原则点,首先是“低价+丰富的赠品”,除了国美赠品还有厂家赠品;其次,活动有创意,顾客可在受益的同时收获意外惊喜;第三,携手全球知名品牌共同让利,除了全场活动,还有品类活动,除了国美活动,还有厂家

活动,多方面的让利,多重组合优惠,国美用自己的实力证明“到国美买家电,花钱不后悔”的企业口号;第四,就是卖场终端执行力以及强有力的售后服务保障。

本周各大生产厂商继续投入大量的促销资源,联合海尔、西门子、三星、LG、小天鹅、荣事达、新

飞、海信、三菱等国内外知名品牌倾情让利。在上周秋季家电节促销的基础上再拿出 5%~15% 的优惠让利消费者,以价格直降的模式大肆放价,从彩电到冰箱,从手机到电脑,从小家电到数码,从洗衣机到空调,全场价格掉得直让人心跳。另外,为庆祝 08 年秋季

家电节,惠州国美将在卖场倾情送出电饭锅、电磁炉、加湿器、电暖器……等礼品。手机、洗衣机、数码、电脑等其他品类届时也将热力出击,价格降低 50~2000 元不等。对于家电市场上价格一直坚挺的合资品牌商品,国美也将联合厂家促使商品价格下滑。

全品类产品竞相“抢客”

今年是奥运年,也是彩电年。不仅火了中国,也火了中国家电市场的彩电技术水平。随着几个大型活动的成功举行,彩电的主要流行趋势也再逐渐的显露:数字高清 100Hz 图像更加稳定;超薄液晶的出现,已经上市的日立 UT 系列(3.5CM),康佳 42DT68AC 以及即将上市的夏普 XS 系列;数字地面信号开通,数字电视一体机的出现,代表为东芝、长

虹。日立彩电显示面板部分采用了超薄的电源底板和背光灯系统,其厚度做到了极致的 35mm,视觉效果极其惊人;松下彩电采用 G11 全高清等离子屏,色彩生动,层次细腻,黑色下沉效果出色。

国美相关负责人表示,今年惠州的天气与往年相比较为凉爽,从某一方面来讲影响了空调的销售业绩。但是,从整体的销售水平来看,仍然呈上升

趋势。08 秋季家电节在空调的采购上同样投入了 100 万元大力采购。从上周空调的销售成绩显示,需求量还是很大的。为此,在以后的三天中国美又从美的、海尔、奥克斯、三星等知名厂家采购货源,以填补空调销售的空缺。

纵观 3C 销售市场,可以发现产品更新换代速度加快;拍照手机继续领航手机市场;产品细分更为突出,影像手机浮出水面,

运动“三防”手机开始崭露头角;直板手机仍是用户的最爱,黑色与银色机身的手机最受用户欢迎。诺基亚 N 系列、音乐系列、摩托罗拉 E 系列等型号手机,都在一两个月的时间迅速占据市场前几位。另外,联想、夏新今年在拍照功能上新品不断,200 万像素的手机已出现在市场上,随着新技术的普及,明年手机的像素可能会超过 500 万。

相关链接

接受咨询、导购和客诉

国美近千服务人员严阵以待

上周的秋季家电节无论是价格还是服务,都得到消费者的认可。本周,家电节服务队伍水平仍有新亮点,特设立了专门服务台为消费者提供咨询、导购、客诉等各种问题,成为家电卖场服务的一个新的导向;数百台运输车、近千服务人员正严阵以待,已经提前进入战备状态;在交款排队时间方面,为确保交款顺畅快捷,每个卖场新增近 3 处款台;另外,在 10 月 25 日惠州旗舰店将提供“即买即送即安装”服务,更好的服务消费者,为了预防客流井喷,特别增加了运输车辆及安装队的数量,营业员、送货工、安装工、回访员、话务员全部到位,保证服务及时到位。

08 秋季家电节,就国美方面而言,通过此次家电节升级活动进一步促进其与厂家的合作关系,获得更大的市场份额。就厂家而言,收获了等同十一黄金的销售利润,加深消费者的信赖。就消费者而言,可以获得更低的价格、更好的服务以及更多的实惠。惠州国美将通过大力促销的方式,将秋季家电节的欢乐气氛继续进行到底。

因噎废食的担忧

信息时报讯 随着问题奶粉事件的深入,消费者对配方食品的恐惧已超出了奶粉的范畴,网络上关于给宝宝自制米粥的讨论也藉此达到了空前的热度。然而事实上,目前市场上一些配方米粉富含的营养元素已经超过 20 多种,即便加入了蛋黄、蔬菜等辅料,自制的米粥在营养上也完全不能和经过科学调配的配方米粉相比。

同时,3~4 个月的婴幼儿,淀粉酶的分泌量只有成人的 1/3,因此各国的科研人员做了许多工作以促进宝宝的吸收。比如雀巢米粉,它的独有的 CHE(谷类酶解)工艺可以将婴幼儿配方米粉中的大分子淀粉,水解成为更利于溶解的小分子淀粉和葡萄糖,从而让宝宝可以更好的吸收辅食中所含有的各种营养。

通过联合国的权威数据我们可以看到,中国宝宝在进入辅食添加阶段的发育水平(远远)落后于发达国家的儿童。如果由于某些厂商的不法行为而导致中国的婴幼儿喂养观念倒退到前工业时代,毫无疑问是因噎废食的选择。

Candy(卡迪): 欧式设计与中式情节的完美契合

信息时报讯 刚刚过去的十一黄金周成为了各大洗衣机厂商的兵家必争的时期,世界家电巨头 Candy(卡迪)携多款滚筒新品上市,加上各类促销活动的推行,在中国市场上掀起了一轮 Candy(卡迪)洗衣机的热销风暴。

产品设计: “欧式设计”中的“中式情节”

十一黄金周,各类品牌洗衣机扎堆混战。而 Candy(卡迪)针对中国市场推出的系列产品凭借其精湛的技术、超炫的外形成为了消费者首选产品。

据了解,作为欧洲家用电器市场的领导者,Candy(卡迪)洗衣机皆由意大利顶尖设计师精心设计,在外观设计上透露出浓浓的欧系风格,而在功能部分则迎合了中国的市场需求。Candy(卡迪)推出的多款洗衣机具有“小体积,大容量”的特点;此外,Candy(卡迪)洗衣机的其他功能也符合了中国消费者的需求,如 Grand 6 逸度系列滚筒洗衣机将节能、超强去污、全能洗、环保等融为一体。因此,Candy(卡迪)洗衣机在中国热销实属情理之中。

营销战略: 顶尖国际品牌的“中国制造”之路

近年来,随着中国经济的迅猛发展,消费者对功能齐全的高端洗衣机的需求日渐扩大。为迅速占领中国的高端洗衣机市场份额,世界家电巨头 Candy(卡迪)不仅在产品功能上迎合了中国的市场需求,其营销方式也极力走出一条中国特色之路。

据了解,Candy(卡迪)为抢滩中国洗衣机高端市场,将其设计与技术优势跟中国制造业优势结合起来,已在中国设置了自己的生产线。目前,该中国生产线已全面投产,所生产 Candy(卡迪)各系列滚筒式洗衣机也在各地热销中。

侨兴中电通信荣获首届中国手机设计大赛两项金奖

信息时报讯 (记者 池锦黎) 日前,由中国移动通信联合会、中国电子商会联合主办的“福田杯”中国首届手机设计大赛评选活动揭晓,经过大众评委和专家评定的层层选拔,侨兴旗下中电通信公司参选的

VEVA S70 手机和 CECT C7000A 心电监测手机最终分别摘取“外观设计组”和“功能设计组”的两项金奖。

此次手机设计大赛旨在打造中国手机界的“奥斯卡”盛会,集全国手机创意设计、展示交易、年

度评选、高峰论坛为一体,大赛评选出外观、功能、芯片、软件和多媒体 5 大类设计的金、银、铜奖,即合计 15 个奖项,以及最高 3 项综合大奖金、银、铜奖和 10 项特色手机单项奖。

另外,记者了解到,

目前侨兴移动的首款 VEVA 产品即 VEVA S60 已经取得巨大成功。VEVA S70 将于本月晚些时候上市,零售价为 2980 元,童子怡将出演 S70 的电视广告片。预计 VEVA S80、S90 和 V6 将在今年第四季度推出市场。除了 VEVA 系列产品的

计划之外,侨兴移动还打算在今年年底推出两款 CDMA 手机,并借此打入 CDMA 市场。侨兴移动已经与台湾的上市公司威盛电子建立了战略合作伙伴关系。此外,CECT 和威盛电子还将合作为中国电信提供 CDMA 手机。