

今日德州

德州消费·家电

家电销售旺季来临

卖场纷纷提前放“价”

本报9月27日讯(记者 王乐伟) “金九银十”一直是传统的消费旺季,旺盛的消费需求也为各商家所看重。27日,记者在德百家电、国美电器等多家家电卖场了解到,“双节”黄金周大战已经上演,不少厂商提前放“价”,目前多个品牌产品已经提前启动了“双节”促销。

今年中秋和国庆“牵手”,既是结婚高峰期,也到了装修旺季,各大卖场更是提前几个月准备货源,以抢占市场先机。在即将到来的国庆黄金周,家电企业目前已抓住反

弹行情,产品集中上市。

三联家电负责人表示,传统大家电尤其是彩电毫无疑问是热销产品,具有智能、节能、舒适等特点的中高端产品也会成为选购重点。在平板电视节能补贴政策和“双节”叠加等多种利好因素的影响下,今年彩电市场将一扫上半年销售不佳的阴霾,迎来一次集中爆发。

“受今年‘双节’影响,大多数市民或外出旅游,所以我们的促销活动将提前推出,消费者此时出手,也最为划算。”国美电器负责人说,在

经济形势低迷以及市场需求面临饱和的情况下,行业不被业界看好,而且今年的销售压力的确比较大,近期主要把希望放在“金九银十”上,而“双节”长假就是一个很好的时机。

业内人士分析,随着房地产的逐渐升温,国家节能政策补贴,加上上半年整体家电市场不够理想,消费者都瞄准了这个时机出手购买家电,进入9月后,家装旺季的再次到来。家电企业早已跃跃欲试,积极备战,有望在“双节”期间重拾家电市场。

变频空调>>

能效指标或“大换血”

尽管空调消费旺季已过,变频空调能效标准修订也尚在进行之中,但已牵动多方神经。据悉,该标准在本月讨论后或将正式向有关部门报批,而业内更盛传新标准将在明年6月与节能补贴政策对接,由此看来标准报批时间应为时不远。

据了解,在旧版变频能效标准中,单冷和冷暖空调的能源效率评价指标都是一样的,而新修订的标准则将针对冷暖式空调引入更加全面和先进的评价指标。

目前制冷界对于空调节能性的评价指标体系有两

个:能效比和季节能效比,常见的能效比指标有制冷的EER、制热的COP;常见的季节能效比指标有制冷季节能源消耗效率(SERR)、制热季节能源消耗效率(HSPF)以及全年能源消耗效率(APF)。

因此,新修订标准将采用APF作为主要评价指标,对于转速可控型房间空气调节器能效限定值要考察在规定工况条件下,空调制冷和制热运行时全年能源消耗效率(APF)的最小允许值,对于单冷式产品则只考核制冷季节能源消耗效率(SEER)。

国美电器:品牌引擎助力企业未来发展

政府今年明确指出,走自主创新的品牌发展之路,从“中国制造”向“中国创造”转型。这为中国品牌发展创造了良机,品牌战略已成为中国企业发展道路上的重中之重,在企业中被寄予厚望。

▶国家全面实施品牌战略

据了解,我国从宏观上开始大力提倡自主创新、重视品牌建设工作。温家宝总理指出,名牌就是质量、就是效益、就是竞争力、就是生命力。企业在激烈的市场竞争中立于不败之地,就必须创造名牌产品。名牌不仅是一个企业经济实力和市场信誉的重要标志,拥有名牌的多少,还是一个国家经济实力的象征,是一个民族整体素质的体现。要从实现国家繁荣昌盛和民族伟大复兴的战略高度出发,鼓励我们的优秀企业争创世界品牌。

没有国际性的名牌,就没有现代化的经济强国。中央经济工作会议已明确提出,必须加快实施品牌战略,推动经济增长方式转变。国家商务部也召开“首次全国品牌建设工作会议”,决定采取树立自主品牌典型,提供政策支持、帮助企业进行品牌宣传等六项举措,并联合财政部提供资金支持,开始全面实施国家品牌战略。

▶品牌决胜市场的重要力量

作为中国最大的电器零售商,国美电器近日被世界品牌实验室公示,品牌价值突破301.25亿元,蝉联中国连锁第一品牌,位列“中国最具价值品牌500强”之20位。同行业中,苏宁电器以品牌价值68.42亿,名列第78位,永乐电器以品牌价值14.12亿名列第356位。国美电器品牌管理中心总监何阳青指

出,国美电器价值的提升,不仅有利于企业的发展及行业的进步,也为中国家电连锁业脱离简单的价格竞争,进入深层次的品牌竞争奠定先决条件。

究其原因,中国是世界众多产品的重要输出国,是名副其实的制造大国,但由于缺乏核心技术和品牌,中国的很多制造生产企业,仍处于产业链的低端,无法为企业可持续发展及高利润带来有力的支撑,从而陷入缺乏核心竞争力和可持续发展能力恶性循环之中。因此,不管是从宏观国策还是企业战略,品牌工作都越来越被重视,并提升到前所未有的高度。

据悉,优秀的企业也纷纷重视建立自身的品牌,打造品牌影响力。品牌专家指出,国美电器是极少数保持奇迹般增长的公司之一,取得了巨大的成就,成为行业的代名词。相比很多平均寿命仅为2-3年,往往只注重短期利益,轻视品牌建设与发展的企业,这也是其不能长久生存的原因之一。

▶品牌职能机构受企业重视

目前,为数不多的优秀企业开始在企业内部设立品牌管理的职能部门,企业是否设立专门品牌部门,也代表着企业重视品牌的程度。

据了解,国美从去年开始,专门设立品牌管理中心这个职能部门从事品牌建设与管理工作。黄光裕说,品牌的塑造不是一朝一夕所能完成的,需要投入极大的热情、细心和勇气。国美成立品牌管理中心的意义

也在于此,就是强调品牌建设工作的重要性。品牌是未来企业发展的引擎,企业的战略方针、未来发展,都需要以品牌为导向,国美品牌要为走向世界做准备,而目前正在不断地耕耘、培育,需要给予更多的养分,赋予更多的内涵。做百年企业,品牌就是我们的文化,而走向国际市场,靠的仍然是品牌影响力。

▶中国品牌走向世界任重道远

一个具有影响力的品牌,能给企业带来一流的技术、广泛的顾客及无法估量的附加值。面对国际化竞争,中国企业将直接面对的就是品牌的竞争。品牌竞争成为国际竞争的焦点,能否成为世界级品牌,已成为企业进入国际市场生死攸关的重大抉择。

据了解,国美正是靠着近20年来日积月累的积淀,才能成为在行业及社会中有影响力的知名品牌。近年来国美取得突飞猛进的发展,三十亿人次的消费,上千亿元的销售额,使得国美电器深感责任的重大。何阳青表示,今后国美电器也将在塑造品牌美誉度、培育顾客忠诚度上下功夫,品牌建设还有很长的路途要走。

虽然中国大多数企业还没有成为世界级企业,中国大多数品牌还没有成为世界级品牌,但有一点可以证明,中国优秀企业正走在这通往世界级品牌的道路上,最终有些品牌会成为真正的赢家,世界级的中国品牌终将会出现。

国美电器“十一”门店总动员

“十一”长假,让人兴奋不已,终于可以放松几天了,如果在家里休息,最好有一台平板电视,甚至家庭影院;如果出去游玩的时候,最好手上有个数码相机或摄像机;如果想轻松的洗一大堆衣服应该有一台节能环保的洗衣机;如果……那么这个长假会过得更轻松、快乐。

国美电器为您安排好了这一切,不管是客厅的平板电视、冰箱,还是厨房的抽油烟机、灶具、电饭煲,还是卫生间的洗衣机、卫浴产品,大大小小,里里外外,国美都将让消费者感受到买到低价商品其实可以很简单、可以很明白。就近选择您身边的国美购物,直接来国美就可以享受超低价节庆优惠。

小编提前带大家到国美电器各大门店先睹为快,全面搜索一下国美,带您走进国美,进入充满时尚的家电世界。

★卖场搜索 国美电器在德州市区目前有2家门店,他们分别是:德州店、德州东地店。

德州店地理位置:德城区文化东路5号新华大厦内
德州东地店地理位置:德城区青年路与德兴大道交叉口银座商城内

★国美三大策略决胜

“十一”“十一”枪声即将打响,家电市场促销战已经铺天盖地、烽火连天,国美电器在家电行业的领头羊地位让国美在各方面都有相当大的压力。为此,国美高层制定了各种策略决战“十一”。国美的唯一宗旨就是想方设法让消费者满意。

诚信策略:为净化市场,创造一个良好的市场氛围,国美再次挥刀,决心要将家电市场的不良促销陷阱砍下马。

价格策略:这个国庆,消费者将看到国美电器将开展诚信促销,让价格降得实实在在,消费者买家买得明明白白,让消费者远离促销“迷魂阵”,买便宜家电原来可以这么简简单单。

服务策略:“十一”期间,国美全国30多万名员工将为广大消费者提供完善、优质的服务。“低价、贴心、保障”是服务给广大消费者的承诺。让广大消费者过一个安心的国庆节。

低价:明码实价,更便宜、更实惠

贴心:体验式购物,39天质量问题可退货,提供更省钱的购物方案。

保障:99天质量问题可换货,提供长期售后服务,20万专业服务人员为您服务。

装修只来城市人家

双节同庆 感恩钜惠

三重奖项齐分享 三重惊喜等你抢 更有海尔冰箱、液晶电视、手机……等您拿!

10月6、7日(周六、日)相约美丽华三楼新闻厅 2626117