

从“价值战”到“标准之争” 取暖器行业面临洗牌

Example of China
榜样中国
2010年度
传媒大奖

57

华西都市报

2010年度3C创新科技榜

金松营销 2010年销售将超6个亿

此次参与“榜样中国·2010年度3C创新科技榜”的角逐，成都金松营销有信心斩获殊荣。2010年，金松营销将实现超过6个亿的销售目标，收获令人瞩目的成绩。

老总拉票
成都金松营销有限公司总经理
杜承林

持续看好四川市场

四川是西部经济发展又快又好的省份，拥有超过8000万的人口，今后必将成为西部的经济中心。因此对每一个家电品牌来说，四川都是今后数年的必争之地。成都金松持续看好四川市场，将继续在此赢得辉煌。

2010年是成都金松营销有限公司第二个十年规划的开始，我们将实现超6个亿的销售目标。2010年，成都金松销售松下洗衣机35万余台，较去年相比增幅达到30%。同时在自主品牌金松洗衣机以及夏普彩电的市场拓展上也取得了巨大突破。巨大的增长主要依赖于金松营销对西南三省一市三四级市场的精耕细作。截至目前，我们在西南已经拥有2500多个经销网点。

作为专业的家电营销服务商，我们一直秉承“为客户创造长期价值”的理念，坚持终端为王营销策略，为西南三省一市的2500多个经销网点提供优质的电器产品及全方位的营销服务，并注入成都金松的电器营销理念和终端管理方法，为客户提供各种增值服务来赢得顾客、赢得市场。

明年推全新节水洗衣机

2011年，在消费者生活水平不断提高以及环保意识不断加强的趋势下，我认为低碳环保将是洗衣机行业的关键词。

明年我们将推出全新的节水系列波轮洗衣机，该新品采用六大节水技术，全系列达到国家节水一级标准。可以省多少水呢？打个比方，松下节水系列的波轮洗衣机预计销售180万台，按每周洗三次每次节约20升水计算，总共节约下来的水将足够成都7区650万人一年的饮用水需求。

“品质高端，节能环保”是成都金松的产品观。在新的一年里，我们的产品将继续强调品质和安全，继续倡导低碳环保，继续奉行人性化的设计，致力于为消费者提供更舒适更环保更健康的生活享受。



成都金松营销有限公司成立于1999年3月，前身为杭州松下家用电器有限公司西南大区。作为杭州金鹰集团遍布全国的五大营销分公司之一，公司主要负责松下品牌洗衣机、干衣机和金松品牌洗衣机、冰箱、风扇、智能厨房等在西南三省一市的营销业务，另外公司还在所辖的重庆区域负责夏普彩电的代理和销售。

华西都市报记者 陶颖



图据CFP

以“价值战”做大市场

近日，华西都市报记者在成都家电卖场看到，取暖器都摆在显眼位置，前来咨询的顾客也相当多。一位张女士选购了一款800多元的先锋S型油汀产品：“不是价格便宜了，太便宜的加热效果不好，而且显得没有品位。”

一位业内人士表示，以往取暖器只是一个加热的工具，而如今，这件小家电也变成了“家居品”——不仅要好看，也要看它的外观、人性化设置等综合价值。小家电的选择体现了主人的品位。消费心理的微妙变化，也决定了取暖器市场从简单的“价格战”转向了“价值战”。

据了解，在取暖器行业掀起“价值战”，首当其冲的是三大品牌先锋、美的和艾美特。先锋是国内最早生产取暖器的企业之一，有17年历史，在核心技术研发和产品性价比方面占优势。美的取暖器的品牌实力强大，具有很强的营销能力和技术创新能力，而艾美特强调外观，走高端消费路线。

中国家电研究院副总工程师、产经研究所所长张亚晨表示，取暖器从满足基本需求，向改善生活转变，从单纯的加热，向高档次、多功能转变。今年取暖器最大的亮点在于外观的家居化、时尚化，以及功能的人性化、绿色设计等方面。

“价值战”使取暖器单品的价格提高，同时也将市场做得更大。据一份行业报告显示，取暖器市场近年来一直保持20%以上的增长

率，诸如美的今年同比去年出现大幅增长，而先锋截至今年10月31日，取暖器的出货量与去年同期相比增长了100%。

“标准战”或引发行业洗牌

重视取暖器产品的外观、人性化等综合价值，是一线城市市场的消费特点。张亚晨表示，而在广阔的三四级以下的县镇乡市场，人们的品牌消费意识淡薄，取暖器市场鱼龙混杂，缺乏监管，需要以行业标准进行规范。“标准战”将成为决胜全国市场的关键。

专家表示，由于取暖器的单件价格低，三四级市场的消费者不会像选购冰箱、空调一样看重牌子，而是看着几十块钱一个，便宜了就走。但实际上，这样的结果就是产品质量没有保障，不但容易出故障，而且还会引起漏油、起火等事故，很不安全。

为了规范取暖器市场，全国家用电器标准化技术委员会室内加热器工作组几年前成立，目前，作

为负责单位的先锋、美的正积极团结室内加热器行业的同行，制订室内加热器行业所需的高水准国家标准。

知名营销专家林新表示：从价格战到价值战，再到标准战，是中国小家电行业发展的必然趋势。小家电在城市市场已逐渐成熟，但是蕴藏七八亿消费者的三四级市场，更加具有巨大的消费潜力。由于标准和监管缺失，杂牌产品的质量和安全性堪忧，这些仍是三四级市场的现实问题。全国家用电器标准化技术委员会秘书长马德军则认为，“取暖器标准的出台，将成为行业发展史上的一个分水岭。”

专家表示，如今取暖器的品牌有数百个之多，但很多是质量堪忧的“山寨品牌”。行业标准的制定，将使部分山寨品牌面临退市，促进行业洗牌。未来谁能够获得标准的话语权，谁就能获得市场的主动权。

华西都市报记者 赵萍



跨年炫购之数字计

贺销售破千亿美元的元旦 十亿豪礼大感恩

昨日，华西都市报记者从成都美的日电销售公司获悉，美的集团为庆祝其销售突破千亿，将在元旦期间掀起特大优惠促销活动，十亿豪礼感恩回馈消费者。届时，美的日电旗下的电饭煲、微波炉、豆浆机、取暖器以及厨电产品等30多种小家电将大幅让利。

据介绍，活动期间，全场美的产品满300元送3000元大礼包。大礼包含美的日电金线畅销产品抵金券，面额50元、100元、200元不等；同时美的还为消费者准备了值得期待的“神秘大礼”。

针对目前热销的小家电，美的推出部分特价产品让利消费者。欧式烟机只卖1298元，强排热水器只卖798元，美的智能电饭煲仅卖399元，无网豆浆机让利至269元……

此外，为了让消费者买得放心，美的还作出“元旦买贵，贵一赔十”的承诺。

华西都市报记者 赵萍



长虹双倍制热空调 圣诞狂销5000套

12月20日，长虹空调启动了“虹礼千万，情定中国”活动，定金翻倍、预定购买双倍贺礼等活动引发了消费者的购机热情，极大刺激了销售。据长虹空调成都产品管理中心市场部经理赵飞介绍，圣诞节期间，成都区域共销售了5000多套长虹空调。据悉，此次活动将持续到2011年1月3日。

“长虹空调制热效果特别棒，我80多平方米的家里，只需客厅开一个柜机，每个房间都能享受。”成都市民龚先生告诉记者：“20日，我在营门口国美的长虹空调专柜交

了50元定金，预定了一台长虹‘荷塘月色’柜机，25日又交了全款，50元定金就直接抵了200元，还拿了双份赠品。”龚先生非常满意长虹空调，还表示将给父母买一台。

赵飞表示，长虹空调今年冬天推出的双倍制热空调，制热效果出色，价格又很优惠，出现如此火爆的销售局面实属预料之中。“目前长虹空调正积极协调物流和售后，保证消费者购机后能马上安装。”

据了解，长虹空调此次推出的双倍制热三高效变频空调，搭载了长虹最新研发的“倍热引擎”，

实现了低能耗、高制热的效果。其1P三高效变频空调制热量相当于2P普通空调的制热量，2P三高效变频空调制热量相当于3P普通空调制热量。

此外，长虹在今冬上市的“荷塘月色”、“蓝莲花”、“青花瓷”等新品空调中独创空气净滤舱，配合七重空气净化技术，集尘效果比一般的空调提高了10倍以上，40秒左右便可以消除室内烟尘，还原清新空气，充分满足了消费者对健康的需求。

华西都市报记者 陶颖

2011大金空调“风尚”当头

长期以来，大金始终以“为消费者准备更广泛的选择方案，供其做出最好的选择”为己任。2011年，大金再次重磅出击，推出“耀你所想，耀我所想”风尚系列家用空调，覆盖变频能效从A级到D级。

预定于2011年3月开始销售的变频能效1级产品，不但达到业界高节能性能指标，同时面板的涂层也精工细琢，采用汽车喷涂技术，包括弧面、侧面等细小部分都反复喷涂，使沉稳厚实的深红和光亮的白色展现出高级产品所应有的气度。

针对全国两大大型电器连锁渠道的变频2级变频机已于2010年12月率先推出，产品各4种颜色，设计完全不同。与一般空调厂家单纯型号、

变价格不同，这次是大金在空调行业首次为电器连锁渠道推出专门为其设计的专供系列产品。

对于现在正成为主流的变频3级产品，顾客的选择面将变得更广。预定于2011年1月开始销售的变频3级产品采用区别传统、更为时尚且光泽度更高的前面板设计，有红色及白色可供选择，让顾客能够“多一点高级感，多一点与众不同”！

风尚系列专为注重室内家具、室内装修，并坚持自己生活风格的新一代中国消费群体量身定制。在新的一年里，大金将以风尚系列为首端，继续设计开发符合中国家庭各类装修风格的产品，共创舒适优质生活。

中国电信
CHINA TELECOM
世界触手可及



天翼 客户俱乐部
VIP CLUB

中国电信VIP客户专场

“经典盛宴”成都演唱会

2011年1月8日(周六)晚20:00 四川省体育馆
演出阵容: 巫启贤/苏慧伦/许茹芸/郁可唯

参与方式:

- 注册抽奖: 2010年11月15日-12月20日, 天翼用户免费注册加入天翼主题俱乐部参与抽奖。详情登陆中国电信四川公司网厅(sc.ct10000.com)查询。
- 积分兑换: 2010年12月6日-12月25日, 登陆中国电信四川公司积分商城只需4000分即可兑换门票, 数量有限, 赶快行动!
- 网上购3G终端赠票: 2010年12月1日-20日, 登陆中国电信四川公司网上商城(sc.ct10000.com)选购3G终端产品即可获赠演唱会门票。
- 微博抢票: 2010年12月2日-25日, 关注新浪微博“四川电信天翼俱乐部”, 发表评论参与抢票!
- 论坛抢票: 2010年12月20日起, 客户可登陆快乐论坛参与抢票活动。(论坛网址http://bbs.Ulook.cc/)
- “爱音乐”赠票: 2010年12月8日-31日, 新订购“爱音乐”音乐盒、订购活动专区艺人彩铃的用户, 及注册爱音乐黄金会员的用户, 即可参与抢票, 获得演唱会门票。
- 砸金蛋抢票: 2010年12月10日-31日, “爱音乐”新老黄金会员登陆sc.118100.cn, 参与“砸金蛋活动”, 赢取演唱会门票。
- 了解更多信息登陆中国电信四川公司网厅(sc.ct10000.com)或详询10000。

*本广告仅反映一般信息, 不作为合同条款。欲了解相关信息, 请到中国电信营业厅或致电10000号咨询。

用户至上 用心服务
Customer First Service Foremost

中国电信四川公司
sc.ct10000.com

客户服务热线
Customer Hotline 10000