

# 家电业集体“明星秀”

## 能否实现品牌再造

### 》 央视风向标:大企业领跑

每年11月8日在北京梅地亚中心举办的央视黄金资源广告投标,被誉为中国经济发展的“风向标”和“晴雨表”。

自去年开始,来自电器电子领域的各家企业,就一直是中央电视台广告经营管理中心“座上宾”。统计数据显示,2010年仅家电企业的黄金时段招标金额就达到了967亿元,而2011年仅美的一家贡献的黄金时段金额就突破了47亿元,而格力电器

的投入也在3亿元。如果再加上海尔集团投入的1亿多元,家电零售商苏宁电器今年新投入的8417万元,就已经超出了2010年的招标额。

一直依靠低价和广告冲击市场的国内电脑制造商神舟,延续了2010年的品牌投放思路。在2011年的招标中,中标金额同比增长高达1亿多元。

不过,与2010年中标央视的电器电子

企业情况相比,记者在采访过程中却发现,今年的中标企业还是出现了不小的变化。除了上述几家大企业的大幅度增加或继续投入,2010年出现在央视招标中的格兰仕,2011年投放金额大幅度缩水,仅有3451万元,不足去年1.6亿元的零头。而发展势头正猛的创维彩电、汉王科技、步步高则干脆退出了央视黄金资源段的招标。

### 》 行业新动向:高端逞强、政策助跑

除了美的、格力、海尔在黄金资源上的斩获,四季沐歌续约《朝闻天下》特约、格力续约《对话》合作伙伴,苏宁则新签订了《财经频道战略同盟》,TCL则签下了《朝闻天下》贴片。而索尼、美的日电、太阳雨等企业则首次出现在央视广告招标现场,并投入了较大的广告资源。

虽然央视每年的黄金资源广告价格都

会有不同幅度的增长,今年的招标时段成交价较去年同期增长了40%多,但记者了解到,这丝毫未能影响家电企业的投放额度和参与热情。对此,中央电视台广告经营管理中心郑海峰认为,“这主要是得益于近年来国内家电企业在高端市场上与外资品牌展开的激烈价格战,加速了家电业的白热化竞争。此时,广告则成为双方较量

的有力武器。”

中国家电协会副秘书长陈钢则指出,在家电企业这一轮品牌营销的背后,是中国家电业在全球竞争力的显著提升,并在国家政策的强势推动下,将市场竞争和行业发展的重点从中低端市场的价格战,向中高端市场的价值战转移,在这一过程中,品牌则成为其中关键的一环。

哪天,当你看到李连杰、成龙、周杰伦、巩俐、刘谦等各类明星聚在一起时,千万不要认为这是一场娱乐圈的活动,其实这只不过是一场中国家电企业明星代言人的小型聚会。从2009年底开始,一场围绕在美的、格力、创维、奥克斯、方太等家电各个领域的领军企业之间的形象代言人竞赛再度打响。与以往不同的是,这一轮的明星代言人都是具备了国际影响力的一线明星。

日前,从多家代理央视广告的公司获得的多个版本的2010年、2011年央视黄金资源招标结果来看,家电企业已连续两年跻身央视黄金资源广告招标前两名。 谈正民/整理

## 创新让合肥三洋持续领航

近年来,安徽的家电产业发展迅速,已经成为继珠三角和胶州半岛之后的第三增长极,特别是合肥市的家电产业规模在许多品类上位居全国前列。但是,安徽家电产业如何转型升级,如何实现家电由“安徽制造”向“安徽创造”转变,如何实现“中国制造”向“中国创造”转变,还有很长的路要走。

谈正民/文

### 技术创新造就一流产品

对于制造业来说,产品是立命之本。如果不能给消费者提供过硬的产品和技术,就不能满足消费者最基本的需求,做好产业就只能是空中楼阁。

合肥荣事达三阳集团董事长金友华表

示,合肥三洋在高速发展过程中也能保持高效增长,利润率高达10%,高利润率显然是合肥三洋长期坚持技术创新的成果。合肥三洋的技术几乎每年都有革命性突破,而这样的技术创新赋予了其充分的市场定

价权,成为全国家电行业效益好、盈利能力最强的企业之一。

“一味做低端产品,发展就只能增加规模,过多的消耗资源,牺牲劳动者健康和环境为代价不是企业的发展目的。”金友华表示。

### 企业必须履行社会责任

我国从制造大国向制造强国迈进,从根本上来说缺少的不是装备水平或技术水平。企业的经营管理流程,诚信体制和制度建设,整个制造过程的点滴和细致的管理,都需要进一步改善。金友华表示,“这不是企业做不到,而是缺少认真严谨的意识和社会责任。”

企业的社会责任首先表现在对消费者的责任和对员工的责任,这是一切责任的基础,其次是对自然环境的责任,还有法律责任和社会其他责任。对消费者的责任,作为家电制造企业,就是根据消费者的不同需求,提供质量过硬的产品,时尚的、创新的产品。

金友华表示,作为一个企业或个人,劳动和生产最终是为了更美好生活。企业不能以赚钱为唯一目的,社会价值应该高于企业价值,我们企业首先要对企业价值链上的群体负责,在此基础上还积极参加各种社会公益文化活动,向灾区捐款,积极承担社会责任。

### 做强家电业依然长路漫漫

对于安徽的家电企业来说,如何向国际家电品牌学习,进一步提升自己的创新能力和精品制造能力,还有较长的路要走。

现在国家提倡产业结构调整,政府也出台了振兴家电业的一系列规划和政策措施,重点引导企业向转变结构和自主创新方向转变,非常及时和必要。

企业一定要走在前面,严格约束自己,为扫除调结构体制和机制上的障碍,积极带头去营造自己的发展环境,打造一个具有社会责任的企业,以不断的技术创新,创造核心价值的东西,给消费者带来节能、环保、健康、时尚的新产品,以此来回报社会,使中国制造整体形象在全球有更高的威望。

现在,安徽的加快崛起步伐给家电企业的发展提供了前所未有的机遇,作为安徽省以及合肥市的家电企业,必须要协同发展,需要本土与外来,国内、国际品牌共同发展,达到和谐共生,全面提升安徽家电的国际影响力和竞争力。

## 11月27日建材行业三大巨头联合让利

### 志邦厨柜经典烤漆套餐最高直降5696元



11月27日,信地·红星美凯龙全国爱家日之际,志邦厨柜与巴洛克地板和信地·红星美凯龙共同联动,重磅推出“领袖巨惠”年底最后一次大型联合让利促销活动,不容错过。

买一套送一套 年前仅一次

凡活动期间在志邦厨柜定单的客户,购买地柜加台面达到一定米数,均可获赠同等材质柜体和台面的浴室柜一套或zbom油烟机加灶具一套。如果您在电器商场选择油烟机加灶具的话,加起来价格在3500元到4000元左右。而本次活动,志邦厨柜免费整套赠送,并且电器的质量和售后服务由志邦厨柜全权保证和负责。

18道工序打造经典烤漆套餐  
最高直降5696元

早在几年前,志邦已经推出了自己的

烤漆生产线,整个流程严格按照ISO9000进行现场管理,确保生产出的每块门板都可以达到最高要求,此次志邦厨柜重磅推出的此款烤漆套餐原价17695元/套,收官特惠价仅售11999元/套,而且已经是包含了3.5米地柜+1米吊柜+3.5米石英石台面+zbom烟机+zbom灶具。

送4999元现金 市场再返600元!

在客户享受完以上2大巨头的特惠之后,还有额外的3重优惠,活动期间客户在志邦厨柜或生活家·巴洛克地板订单并预交不少于3000元货款,即可获得“联购超值

返现卡”一张,凭返现卡至另一品牌订单可享受额外政策;凭2张不同品牌“联购超值卡”即可至红星市场服务台享受市场给予的600元现金券补贴。最后活动期间订单的客户,凭超值卡和交款凭证(交款3000元及以上)活动当天即可领取“闯关大冲关”抽奖券。

11月27日上午12:00在信地红星准时开始抽奖,一等奖为4999元现金,而为其他奖项准备的奖品也是非常诱人:三洋洗衣机、美的电烤箱。希望您抱得大奖,闯关成功。