新飞的国际化 不仅仅是将产品卖到世界各地

专访新飞电器有限公司董事长兼首席执行官张冬贵

“每天临睡前我都会想,今天的收获有哪些,明天还有哪些方面要改进的,因为过去即使再完美,也不代表明天就可以高枕无忧了,新飞的发展理念就是永无止境。”采访一开始,略显低调的张冬贵并没有首先介绍新飞25年来的骄人业绩,而是坦言了身上的责任感和压力。

8月28日,新飞电器2009年度供应商峰会在苏州举行。会议旨在建立一个“公平、公正、透明”的供应链管理模式,并提出了“强化战略合作、实现战略双赢”的理念。25年来,新飞凭借技术、管理上的创新和品牌塑造,由创始之初的冰箱行业排名第57位,上升至冰箱、冷柜行业前两强。2009年,新飞以49.59亿元的品牌价值连续六年上“中国500最具价值品牌”榜单。新飞电器有限公司董事长兼首席执行官张冬贵先生在接受记者专访时,感慨颇多。

2005年,新加坡丰隆集团全面控股运营良好的河南新飞,然而,市场的诸多变数随之而来,国家能效环保等一系列政策标准出台,产品技术、消费者享受型购买意识不断升级,加上席卷全球的金融危机,这都让张冬贵这位家电巨头的掌门人意识到必须不断变革。

张冬贵做到了!2005年到2008年,新飞的销售业绩平均以超过15%的速度连年增长,经营业绩的背后,蕴藏着新飞在品牌铸造、技术革新、管理层面的诸多变革。2006年,丰隆亚洲加大对新飞的投资,先后投入4亿多元新建了年产200万台的现代化冰箱生产线,使新飞冰箱的年生产能力达到600万台。张冬贵还非常关注行业内国际技术革新,引入了国际型技术人才,在他的倡导下,新飞与西安交大建立了研发机构,通过与各高校在“产、学、研”等方面的合作,加大研发投入,以拥有自主产权的核心技术和最前沿的产品创意来占领市场。“我们坚持认为,只有最适合的人选、最适合的产品、最适合的成本和最适合的回报才能使企业良性发展。这其中人又是做好工作的根本因素。”张冬贵向记者透露了一个“秘密”,包括自己在内的几位老总,身边都带了几名公司青年业务技术骨干做徒弟,结对帮助他们成长。

入主新飞的第一次讲话,张冬贵就向全体员工承诺,要给新飞一个“国际化”的未来。如今,新飞已经在东南亚、亚洲、南美洲、非洲和俄罗斯等市场开疆扩土,每年新增15%的出口订单都来自海外市场新客户。不过令张冬贵满意的并不止这些,新飞还在管理国际化、技术国际化等很多层面改变。 **快报记者 杨成**

网络电视如同数码产品,抢的就是个“鲜”字,记者在采访中了解到,目前面市的网络电视中,只有TCL具备自动升级功能,不少市民纷纷到商场里亲身体验“能升级”的电视。

从“在线下载”到“在线观看”

TCL粉丝自爆升级全过程

TCL“在线观看”一点都不卡!

记者体验了一下“在线观看”,普通的高清影片只需要缓冲十几秒就可以开始观看,画面比较流畅,还能够快速浏览,非常人性化。家庭用户同样只需点选相应的节目内容,十几秒后便可在电视屏幕上直接观看到该节目,它的内容不仅包括各类热门影视剧,还涵盖了部分当前热播的电视节目,海量的丰富内容可以满足各类用户的观看需求。

“能升级让电视永不过时,能升级的电视才是真正的互联网电视!”在采访中,一位网名叫做“小虫”的TCL互联网电视用户对于7月23日电视实现自动升级十分满意。

“小虫”告诉记者,6月份结婚时,买了台TCL的42英寸互联网电视,当初看上的就是下载海量大片的功能。7月23日一早打开电视,没想到有提示可以自动升级。几分钟后升级成功,界面变得更漂亮,还增加了在线观看功能!点击一部大片,十几秒就缓冲完毕,一点都不卡,大屏幕看电影真是爽!

买互联网电视认准“可升级”

选择数码产品都是选最新最潮的,最怕的是东西买回家就过时。选择大宗家电产品也一样,花了大价钱,如果很快就被淘汰掉,就会感到“贬值”的遗憾。

专家介绍,电视作为客厅的娱乐中心,在数字客厅技术迅速发展的今天,其更新换代的速度不亚于数码产品。TCL正是基于为消费者提供持续的使用价值的服务理念,开发出独具后台升级功能的互联网电视,消费者在购买互联网电视时,要认准“可升级”功能。 **快报记者 王多**

“互联网电视进行时”
系列报道之三

博世家电五年内进军中国白电国际品牌第二

日前,博世家电在北京召开新闻发布会,正式宣布其在中国市场未来五年的规划,决心凭借全方位推进主题为“创·享不同”的发展战略,致力于在五年内成为中国市场第二大国际白色家电品牌。

作为“创·享不同”发展战略的开篇力作,博世“湿度空间”对开门冰箱和“冲浪洗”洗衣机也在此次新闻发布会上亮相。“湿度空间”对开门冰箱不仅秉承了博世家电一贯的卓越品质和先进技术,而且采用了黑色无框玻璃门的炫酷设计,极具时尚感和艺术性。“冲浪洗”洗衣机则是基于冲浪运动原理和洗涤功能的相似性,首次尝试将白色家电与极限运动相结合,设计理念的动态感与挑战性令人惊叹。

与不断差异化的产品战略相配套的,是博世家电在营销策略上的主动推进。未来五年,博世计划在全国的主要家电零售渠道建设500家高档旗舰店,以深耕市场、以质取胜赢得中国消费者的青睐。同时积极拓展高端楼盘项目配套市场、橱柜商和品牌零售商店等多种新兴渠道,尤其是力争在高端楼盘项目配套业务上达到博世家电全部收入的10%以上。

博西家用电器(中国)有限公司总裁兼首席执行官盖尔克先生表示:博世家电进入中国市场五年来,凭借“速度与动力”的发展战略,实现了平均每年50%以上的增长。未来五年,博世将实现更具挑战性的目标,以差异化品牌战略满足众多创意十足的年轻消费者。相信博世极具前瞻性的创新产品和完美性能一定能够令中国消费者尽享与众不同的美好家电生活。

快报记者 沙辰

家电圈

美的“银河舰队”又添“四大兵种”

9月1日,2010年美的变频空调新品发布会在全国26个城市同步举行,一举推出了4大系列变频空调新品。至此,美的变频空调“银河”系列已经形成9大系列的阵容。

2009年,美的以27%左右的市场份额位列变频空调榜首。美的空调南京销售有限公司总经理何方龙表示,变频空调的恒温、快速制冷、不间断运行、内外静音、制冷剂不干燥都是定频空调无法比拟的。本次2010冷年美的变频银河I180、F180、G180、H180四大系列,涵盖了从豪华到普及型的思路。全部能够实现代表业内最为领先的超低频10HZ运行,同时以五大舒适体验为支撑,压缩机运转控制最低可达正负1HZ,温度波动控制最低可达到正负0.2℃。

值得注意的是,美的此次推出的F180以及后期即将推出的兄弟机型,是目前国内性价比最高的全直流变频空调产品群,其直接将全直流变频空调的行业惯例价格拉低了1500元以上。它的超大亚克力面板、“太阳雪花”的双彩内灯设计也是国内首创。 **杨成**

空调下乡,外资品牌谁最牛?

近日,商务部公布了7月份全国家电下乡产品的销售数据。空调销量环比(与今年6月份相比)增长333.16%。其中松下空调以25940台的好成绩再次荣登外资品牌家电下乡榜首,销量环比增长461.84%,占比提高0.98个百分点,也再次以空调下乡销售排行榜前5名的好成绩成为表现最优异的空调企业之一。

广州松下空调器有限公司副总经理杨军向记者表示,松下空调取得如此好的成绩,是松下空调长期注重产品研发、渠道建设、售后服务等方面的成果。针对农村市场的特殊性,在空调被正式宣布列为下乡产品时,松下空调就专门成立了下乡工作小组,从研发、生产、品质、推广、物流、售后等方面为家电下乡提供全方位保障。

今年以来,为扩大内需,推行节能减排的国策,国家相继出台“家电下乡”“节能惠民”“以旧换新”等多项扶持政策,有力拉动中国家电行业的快速发展。在今年6月份国家出台的节能惠民工程政策中,松下共有67款产品中标,是外资品牌中空调中标数量最多的一家。经过国家补贴和企业的大幅让利,松下空调一些中标产品的价格甚至比国产品牌的价格更优惠,带来高能效空调产品销售的全面井喷。如松下大1.5P、2级能效的怡悦系列SA13KC1,中标零售价为3880元,经过补贴后,市场售价仅为2468元,直降了1400元。销售卖场相关数据显示,6、7月份,松下一二级能效空调在城市市场的销量已达到50000多台,较同期增长50%以上。

中国家用电器协会副秘书长陈钢表示,今年家电下乡和节能补贴政策的实施,对空调行业从产品、渠道等方面将起到变革性的外力作用。商务部刚刚公布的7月份空调下乡销售数据,预示着农村空调消费市场已全面打开“大闸”。松下空调以较高的品牌美誉,丰富的产品线,强大的技术原创力,在城市和农村市场取得如此佳绩一方面是实至名归,另一方面也为松下空调在未来的市场竞争中占据了有利位置。 **王多**

“太阳下乡”,市场与信心同增长

四季沐歌欲“五年打造一百亿”

随着消费者的成熟,太阳能企业的市场份额也正在逐渐向品牌企业集中。此次“家电下乡”就有力地推动了这一进程,国家确认92家企业的下乡资质,对太阳能热水器消费是一种强有力的引导。在这次竞标中,四季沐歌所有申报产品全部中标,涉及包括西藏在内的31个省区,与对手相比,入选品种最多、入选区域最广,堪称“最大的赢家”。自2000年成立以来,四季沐歌的销售收入以年平均70%以上的速度高速增长,远远高于30%左右的行业平均水平,到2008年,销售收入已经超过10亿元。要实现“五年打造一百亿”的战略目标,未来五年仍需保持45%左右的平均增速。

早在2008年年底,四季沐歌就为预热“家电下乡”启动了“万辆服务车工程”,计划3-4年内在其全国乡镇网点普及1万辆服务车,到目前为止,服务车数量已经达到3800辆。该项工程一举解决了销售渠道、产品物流、售后服务等“家电下乡”过程中的几大难题。

2009年5月,四季沐歌又与团中央合作启动了“阳光创业行动”,计划在全国举办“太阳能销售与服务技能”等实用技术技能培训200期,培训2万名懂技术、善经营的实用型人才,并通过提供创业支持等多种措施,促进农村青年就业、创业。

通过深耕农村市场,四季沐歌在“家电下乡”中占据了显著的竞争优势,对实现其“五年打造一百亿”的战略目标十分有利。 **王多**

现代快报&TCL彩电联合推广

TCL互联网电视普及风暴
全国团购大行动

佳节将至,TCL联合全国商家开展全国团购大行动,您只需选定机型提前报名,全国报名人数越多给您折扣就越大,等上3、5天,能省好几千!
TCL互联网电视三大系列、自然蓝光系列及自然光系列近百个型号全线参与团购预定,让您在国庆、中秋享受到电视升级带来的更多精彩。

活动时间:9月5日-9月6日 报名时间:9月4日19:00前
活动地点:全国各大家电连锁、百货、超市TCL彩电专柜

难以想象的劲爆折扣!!!
敬请关注9月4日各大媒体报道

您可以通过电话、网络、现场报名中的任一方式获得团购卡(号),赶快行动!
电话报名:4006-018-098
网络报名:http://tech.163.com/digi/tv(网易-家电频道首页)
现场报名:全国各大家电连锁、百货、超市TCL彩电专柜

你说我听 全线用心,拨打4008123456全时24小时免费咨询电话,30分钟内响应,专业工程师市区内24小时上门维修!新机机型预到当天安装服务!平板产品提示保修三年,全国联保,让您更舒心!更放心!更省心!
www.tcl.com

广州2010年亚运会合作伙伴