

各大品牌厂家做活动国内首选河南,落地城市省内首选许昌

市场低迷,厂商联手突围

本土家电卖场和市场氛围受到品牌厂家一致称赞

本报记者 刘丹凤 文/图

7月13日9时30分,三鼎·三家电南关店的大门刚刚打开,手持认筹券的消费者就像流水一样涌进店里,直奔长虹电视专厅和美菱冰箱专厅。很快,整个商场便热闹了起来。

9个小时后,长虹美菱全国CHiQ巡展河南首站的活动接近尾声。销售数据显示,当天,长虹、美菱各类家电产品销售200多万元。长虹美菱的负责人表示,预期目标达到了,很感谢三家电等卖场的大力支持。

成绩是最好的证明。近两年,国内各大品牌厂家的落地活动都喜欢“牵手”区域内的家电巨头,强强联手,集中释放资源。记者注意到,各大品牌厂家做活动国内首选河南,落地城市省内首选许昌。仅今年上半年,就先后有卡萨帝、海信、科龙、海尔、格力等活动落地许昌。为什么许昌能成为品牌厂家活动的落地首选城市?许昌本土的家电卖场凭什么一再得到品牌厂家的青睐?全国家电市场形势严峻,许昌到底有哪些吸引品牌厂家的优势和资源?

厂商联手,在低迷的市场中寻求突围

从今年2月份开始,家电市场就热闹非凡,各档活动轮番上演,各大品牌你方唱罢我登场,格力、卡萨帝、海尔、海信、科龙、容声等品牌厂家举办了各种活动,近日,长虹美菱全国CHiQ巡展活动也如火如荼。7月17日,一位资深业内人士表示,热闹恰恰说明了市场低迷,大家都着急了才会拼命开展各种活动,试图突围。

梳理上半年各大品牌厂家的活动后发现,在突围方式上,厂家寻找具备实力的卖场进行强强联手似乎收效不错。长虹美菱的负责人表示,本次活动带来了难得的客流量,前期认筹的转化率也不错,在低迷的市场中达到了预定的销售目标,这很难得。该负责人表示,在河南的首站活动他们选择在许昌举办而不是其他城市,看重的就是许昌的家电市场,尤其是三家电等卖场对品牌厂家的活动支持力度很大。从前期认筹到动员大会,从活动推广到配送安装等,大家共同投入了最大的资源,联手实现了在低迷的市场中成功突围。在此之前,海信、科龙、容声等品牌厂家的活动也分别达到了预期目标,其工作人员对许昌的家电卖场称赞不已。

三家电相关工作人员表示,厂商联手能最大限度地让利消费者,往往堪比店庆时的力度。一般来说,品牌厂家每年仅组织一次大型巡展活动,因此价格可以做到全年最低。另外,为了保证活动效果,厂家和商家都会投入大量的人力、物力、财力,直接让利消费者。

此外,各大品牌厂家的活动并非单一品牌或单一产品的活动。比如,长虹和美菱是一家,科龙和容声是一家,卡萨帝和海尔是一家……而且在各自的品牌活动中,厂家都在有意无意地强调自己的品牌阵容和产品线阵容。对此,三家电相关工作人员表示,品牌扩容、渠道整合已经成为整个行业的常态,抱团儿取暖总比单打独斗好。



活动刚开始,三家电南关店长虹美菱全国CHiQ巡展河南首站的活动现场就挤满了顾客

增量市场不旺,家电厂商深挖存量市场

增量市场和存量市场截然不同。简单地讲,增量市场是“做大蛋糕”,存量市场是“重新切分蛋糕”;增量市场以首次购买为主,存量市场以换新购买、升级购买为主。在增量市场时代,每家企业都有肉吃,但是到了存量市场时代,有的企业吃肉,有的企业喝汤,可能还有企业被淘汰出局。

资深家电业人士认为,现在的家电

市场出口受到限制,只能转而在国内进行消化。另外,房地产行业的低迷导致消费者购买力下降,整个增量市场不旺,家电厂商只能寄希望于存量市场的升级换代,否则,很可能被淘汰出局。

不过,今年距离2008年实施家电下乡政策已经11年了,第一批家电下乡产品已经超过了使用年限,加上10多年前的家电普遍智能化程度不足,家电以旧换新成为存量市场中的新卖点。

以冰箱为例,10年前90%的冰箱为两门、三门直冷冰箱,这些冰箱结

霜、排水管漏水、冷藏室后背板结冰等问题常常出现,让人们对大风冷、无霜、多门冰箱有了迫切的需求。因此,当前最受市民欢迎的还是家电以旧换新服务。虽然国家以旧换新的政策已经退出市场很久了,但是市区的三家电和部分品牌厂家仍然在提供以旧换新服务。

完善终端服务和体验,争夺“90后”消费群体

有数据显示,“80后”“90后”“00

后”组成的5.5亿人口已经成为消费的主力军。尤其是“90后”消费群体是新婚、新居的主要人群,又是全球化和互联网时代的“原住民”,他们对家电产品的需求已经从基本的使用功能转变为个性化多功能以及智能化,甚至艺术性的需要,由此,带动了新一轮的消费升级。

三家电小米授权店工作人员表示,现在,各类家电产品无论是设立新品牌或是改变产品外包装设计,都是为了更好地迎合年轻顾客的需求和品位。向年轻人靠拢、吸引年轻消费者,已经成为传统家电企业在转型过程中面临的一大挑战。以小米为例,他们一直坚持线上、线下“米粉”全互动的营销模式,比起小米旗下的产品,小米首先将“米粉”放在了营销核心位置上。这反映出,以前大家都在营销产品,而现在大家都在营销顾客。

事实上,近年来各大知名家电品牌都相继进行了重心转移,纷纷推出了面向年轻消费群体的互联网专属品牌。当Wi-Fi、蓝牙、恒温、红外成为各类家电普遍搭载的功能,喜欢“尝鲜”、追求品质的“80后”“90后”“00后”就成为家电转型的先行者。

不仅如此,为了锁定年轻消费群体,实体卖场也进行了极大的努力。几年前,三家电就进行了多种尝试,如打造智能生活馆,提供整屋智能家居解决方案,在卖场内专门开辟区域为消费者打造社交、娱乐的“第三空间”等,持续不断地完善其终端服务和体验。

茅台迎宾酒“中国红杯”2019年许昌市第三届全民街头篮球争霸赛五人制比赛 决出第三名至第八名

8月8日,五人制冠亚军争夺战打响

本报记者 毛鸽

自7月1日开赛以来,由许昌市体育局主办,许昌报业传媒集团、魏都区教育体育局承办,贵州茅台酱香酒营销有限公司冠名的茅台迎宾酒“中国红杯”2019年许昌市第三届全民街头篮球争霸赛在市区各个赛场激烈有序地进行。每天晚上,众多篮球爱好者都会按时来到帝豪游园、绿城广场、汉魏风骨等赛场观看比赛,为参赛队员鼓劲助威。

赛程过半,已经产生四个组别的冠军

经过数十日激烈的角逐,茅台迎宾酒“中国红杯”2019年许昌市第三届全民街头篮球争霸赛已经进行了一半,精彩不断,高潮一个接着一个,分别决出四个组别的冠军。7月9日20时许,在汉魏风骨篮球场,三人制成年组决赛结束,篮球争霸赛产生第一个冠军,茅台金王子队以14比8战胜对手,以全胜的成绩夺得冠军;7月10日至13日,另外三个组别的冠军分别产生,晨光F4队摘得三人制初中组男子组冠军,一中女一队获得三人制初中女子组冠军,青铜队勇夺三人制高中组冠军。

五人制比赛决出第三名至第八名 冠军决赛将于8月8日进行

日前,篮球争霸赛五人制比赛已经决出第三名至第八名,上届冠军许昌德通队成功晋级决赛,对手是南利装饰

深夜,喧嚣的城市渐渐沉睡,还有一些行业的人依然坚守在自己的岗位上,丝毫不敢大意,比如守护万家灯火的“物业人”。

7月12日2时许,在鼎盛·丽景苑值班的万和物业保安是孙锋伟和侯腾彬。根据公司要求,孙锋伟例行检查小区门口外边花坛的卫生情况。在昏暗的路灯下,孙锋伟发现地上有一个黑色的男式手包。他捡起后打开一看,里面不仅有厚厚的一沓现金,而且还有驾驶证、银行卡、身份证等。

这么重要的手包丢了,失主一定很着急。孙锋伟回到岗亭和同事侯腾彬一起等着失主前来认领。一夜过去了,一直没有人来认领,孙锋伟和侯腾彬只好在交班时将包交给了领导。

本着对失主负责的态度,万和物业工作人员先是通过钱包中卡品的联系方式查找,后又辗转至辖区派出所查询。经过不懈努力,工作人员通过失主所住小区的物业公司,终于联系上了失主的家人。失主的家人清



在第五名、第六名争夺战中,夺命大乌苏队队员在突破上篮

胡永鑫 摄

队,冠军决赛将于8月8日在帝豪游园篮球场举行,届时还有盛大的颁奖仪式。

7月16日19时,争夺五人制第三名至第八名的比赛在帝豪游园篮球场、绿城广场篮球场同时展开。

记者了解到,本次赛事五人制的报名队伍最多,争夺最为激烈,水平也最高,比赛中拼抢、扣篮、配合的精彩镜头

不断。参与争夺第三名至第八名的队伍有6支,分别是植着生态景观队、魏都青友队、夺命大乌苏队、自由发挥队、尚典卫浴队、打铁匠队。

其中,第三名、第四名的争夺尤为激烈。记者在帝豪游园篮球场的比赛现场观看了植着生态景观和魏都青友两支队伍的比赛。双方队员在赛场上抢断、过人、上篮、得分……一抢一断、

一传一扣,每一个动作都显示出扎实的功底与爆发力。这两支队伍在比赛时,记者听到观战市民不断发出喝彩声与赞扬声,其中不乏篮球爱好者和裁判老师。“蓝队整体配合得真不错,紫队队员有爆发力……起步、传球、抢断、上篮,动作一气呵成,看得出来,这些队员平时训练有素。”有观众这样说。

经过激烈拼抢,最终植着生态景观队技高一筹,以43比32获得第三名,魏都青友队获得第四名。夺命大乌苏队获得第五名,自由发挥队获得第六名,尚典卫浴队获得第七名,打铁匠队获得第八名。

市民可现场观赛 通过手机亦可及时了解赛事信息

篮球争霸赛开始以来,每个赛场都受到市民的热情关注,不管是主赛场帝豪游园篮球场,还是分赛场绿城广场篮球场、汉魏风骨篮球场、许昌三高篮球馆,比赛期间都吸引了大批球迷到现场观赛。

作为此项比赛的创办方和承办方,许昌报业传媒集团通过《许昌日报》《许昌晨报》发布赛事信息,并通过“许昌汇生活”微信公众号发布赛事组委会授权发布的赛事战报、赛程信息等。市民只需在微信上搜索“许昌汇生活”微信公众号,添加关注,即可查看比赛结果和精彩瞬间。

好物业让房子增值 好保安为物业增色

万和物业信誉卓著

本报记者 刘丹凤 文/图

点后发现,包里的财物分文不少。

拿到手包后,失主的家人连声说“谢谢”。“2800多元钱不算多,但补办这些卡和证件是非常麻烦的事。幸亏你们(万和)物业公司管理得好,保安拾金不昧、认真负责,才让我们失而复得。”失主的家人拉着万和物业工作人员的手,再三致谢。

万和物业相关负责人表示,这种事工作人员经常遇到,曾经还有巡逻人员发现业主没关车窗,而车内放着10万元现金的事情。或许大家都觉得“学雷锋”过时了,但是万和物业对这种事情有严格的规定和要求,特别注重培养员工的整体素养,因此,大家都像爱惜自己的名誉一样维护万和物业的信誉。



▲失主的家人(中间两位)认领手包

▼从手包里清点出的物品



安居物业工作人员正在现场抢修

小区高压水主管网爆裂——

安居物业组织人员连夜抢修

本报记者 毛鸽 通讯员 于传禄 文/图

7月13日18时30分左右,市区祥瑞小区高层3号楼前的高压水主管网爆裂,服务于祥瑞小区的安居物业立即组织维修人员连夜抢修。

险情就是命令,时间就是效率。接到抢修命令后,安居物业工作人员立即启动应急预案,第一时间组织人员抢修。抢修人员关闭了高压水主管网的阀门,开挖工作坑,并进行排水。抢修人员直接跳进工作坑的泥水里,在凸凹不平的工作坑内猫着腰,半蹲着施工,还要克服脚底打滑、踩踏不稳等不利作业的重重困难。在抢修现场,安居物业工作人员严格按照抢修程序和各自分工,紧张有序地进行抢修,各部门默契的配合加快了抢修速度。

安居物业的维修人员连夜抢修,奋战数小时,终于完全修复了高压水主管网,次日凌晨供水恢复正常。

安居物业各部门团结协作、奋力抢修,使高压水主管网险情得到及时排除。这次抢修既考验了安居物业工作人员随机应变的能力,又检验了各部门之间的联动、配合、执行能力。

记者了解到,在安居物业所服务的区域,水、电、暖只要出现故障,不管什么时候,工作人员都会第一时间赶到现场进行维修。安居物业

工作人员24小时轮流值班,随时随地、尽心尽力、细致入微地为业主提供优质服务。安居物业工作人员想业主之所想,急业主之所急,为了业主甘愿牺牲节假日及休息时间的暖心行为,经常赢得业主的称赞。

记者了解到,安居物业一直秉承“业主至上、服务第一”的宗旨,坚持“为业主节约每一分,让业主满意多一分”的经营理念,不断增强员工的服务意识,强化内部管理,追求精益求精、细致入微的服务。

安居物业连续多年被河南省房地产业协会评为河南省物业管理先进企业,所服务的小区先后被评为市级“安全文明小区”“社会治安安全治理示范小区”“绿化达标单位”“文明社区示范点”“卫生先进单位”“园林小区”“优秀小区”和省级“城镇安全示范小区”“文明社区示范点”“卫生先进单位”“园林小区”“绿色社区”等。

如今,安居物业进一步提升服务水平,再上新台阶。他们把保证高品质物业服务作为培育品牌的关键,通过上门走访、电话交流、微信聊天等方式与业主全方位沟通,真正“零距离”贴近业主,倾听业主的声音,把业主的需求作为自己的服务方向,受到了广大业主的一致好评。