

突围市场思维定势 奥克斯拒绝“被淡季”



小姜是河南沁阳一名普通的奥克斯空调经销商,几天前,他刚刚经历了建店以来最疯狂的一次促销,当日销售空调2000多套。

“从来没想过乡镇百姓有这样的消费潜力,一直以来困扰我的空调营销难题终于解决了,以前看很多厂家支持住往就是动嘴皮子,但奥克斯的支持力度超乎想象。”小姜表示,奥克斯空调关键是产品品质好,乡镇老百姓就认质量。

过去的第一季度,整个空调行业迎来“倒春寒”之时,奥克斯用一场三、四级市场的销售战役真实地上演了一堂“空调营销经典案例”,众多经销商也在“大战后”发出了与小姜同样的感慨。

行业淡季论的疑问

不得不说,这场空调业的“倒春寒”不是空穴来风,抛出行业淡季论的企业也不是危言耸听。

毕竟,家电下乡、以旧换新、节能惠民等三大产业刺激政策的相继退出,两年连续的高增长对后续消费需求的强透支,加之库存压力、成本、经济趋势、以及房地产市场的大幅调控等,行业增速放缓的确是大势所趋。

相关部门统计,在整个第一季度,空调行业唯一逆势增长的只有两家,奥克斯便是其中一家。

破解淡季论的最有效证明就是业绩,最有力武器就是品质,针对一二线市场人们产品创新、节能、

锐合 X6 高性价比 4.3 寸大屏智能手机江苏首发

由智能终端厂商锐合技术推出的新款智能手机锐合 X6 日前在南京绿地洲际酒店进行首发。集 4.3 寸大屏、谷歌 Android 2.3 操作系统、支持中国移动 3G 制式 TD-SCDMA 等“卖点”于一身的锐合 X6 智能手机,价格仅为 1680 元。

工银价值荣获《上海证券报》“三年期金基金一分红基金奖”

近日,由上海证券报社主办的第九届中国“金基金”奖评选揭晓,工银瑞信核心价值股票基金凭借 2009-2011 年分红比例全市场第一的突出表现荣获 2011 年度“三年期金基金-分红基金奖”。

工银瑞信权益投资总监、工银价值基金经理

环保的需求、针对三四线消费者对于产品需求的引导与开发,奥克斯以产品品质为依托,大胆实施精细化促销,保持经销商体系与厂商之间的有效联动,用逆势上扬的表现为淡季重新制定了定义。

厂商支持不是喊口号

营销的良好表现需要有合理的支撑。对空调企业的经销商来说,产品品质是根本,没有好产品,什么都行不通。除此之外,厂商的支持是重中之重,这样的问题上,最有发言权的不是企业负责人,而是处于终端的经销商。

事实上,奥克斯在渠道开拓上也严格重视质量与数量的同步提升,不仅加大了目标区域的渠道渗透率,完成精密布局,在单店销售能力上也给予了高度重视,确保运营质量,这也给了其他以经销商数量定义市场规模的品牌一个良好的启示。

品质创新突破思维定势

强大市场营销体系是消化产品的根本,但空调产品的创新性同样重要。这方面,奥克斯的步伐显然走在了行业前列。

空调企业的产品多以技术为主导,在掌握了变频的核心科技之后,奥克斯把关注更多的聚焦在消费者需求,热霸的诞生是一个最生动的案例,“我以前只关注制冷效果,现在才意识到其实在空调使用上,制热的需求甚至超过制冷,特别是像南方这种没有暖气的区域”,湖南的一位消费者这样说到,“不在制冷命题上穷追猛打,而是开拓了制热的新领域,奥克斯对消费盲点的发掘的确值得研究。”

(李 丽)

成立于 2008 年 10 月的锐合技术,汇聚了来自中国最大的通信芯片公司、运营商、终端品牌公司的精英团队,并在 2011 年 3 月,成功推出国内首款千元级 TD-SCDMA 制式 Android 智能手机锐合 X3,为 6.5 亿中国移动用户提供了新选择。

(王 辉)

何江旭表示,预计国内经济下行的趋势在 2 季度将得到扭转,经济进入复苏阶段是大概率事件,A 股后续走势值得期待。工银价值将继续秉持价值投资、长期投资、稳健投资的理念,努力通过合适的大类资产配置调整、行业配置和精选个股,力争为投资人获取良好回报率。

(赵 亮)

智能再进化 2012 款逍客领潮登场

东风日产城市 SUV 智享家 创领行业技术新高度



近日,东风日产 2012 款逍客车型隆重上市。此次上市,2012 款逍客进行了众多智能配置升级,进一步巩固了其在 20 万元级别市场最高性价比的优势。同时,继“家轿三大家”概念之后,东风日产再次整合优势车型,将旗下逍客、奇骏、楼兰三款城市 SUV 车型整合为“城市 SUV 智享家”,以集团优势征战 SUV 市场。

东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示,东风日产 SUV 车型一直致力于以智能化和舒适度为导向的技术创新。此次 2012 款逍客的上市,将再次引领城市 SUV 市场的技术发展方向。而“城市 SUV 智享家”概念的提出,将进一步体现东风日产“精彩生活创导者”的理念。

价值跃升 2012 款逍客智能再进化

作为城市 SUV 市场中智能、时尚派的代表,逍客凭

借智观全景、智尚全型、智行全程三重领先优势,成为了都市跨界时尚精英人群的首选,更为城市 SUV 市场树立了 20 万元级别最具性价比的价值标杆。

此次上市的 2012 款逍客,在智能配置上再次全方位进化。2.0L CVT 级别全系配备最新研发的“Eco Drive 节能驾驶助手”,这套系统可以通过智能化动力总成控制,让驾驶者的油门控制更加专业。

“Eco Drive 节能驾驶助手”通过整体控制 CVT 的变速反应,在提升起步的顺畅性和行驶稳定性的同时,实现低油耗行驶,全面提升燃油经济性。

同时,全新调校的 XTRONIC CVT 无级变速器带来更加优异的油耗表现,更多级别配备定速巡航和车载蓝牙,新增音响 USB 接口,为消费者提供更加顺畅、随心

性能卓越 三星商显 S27A850D 专业用户应用案例



三星商显 S27A850D 专业用户应用案例

在显示器领域,一款产品一旦被冠上“专业”的头衔,往往代表了它拥有非常高的品质和非常出色的性能。专业级的显示器由于通常都采用了顶级优质的液晶面板,产品具备精准的色彩还原和打印输出能力,因此,它一直以来都是专业用户:如从事图形设计,影像后期编辑、制作、打印出版等专业、行业用户的首选。笔者最近采访到,北京影人水世界视觉馆刚刚就升级了三星专业级商显智翼 S27A850D。

据了解,北京影人水世界视觉馆是一家高端摄影人组织成立的会员制俱乐部,同时它也是佳能指定的大幅打印输出认证合作伙伴,承接着户外大幅广告、名人摄影作品输出任务,因此,为了保证广告、摄影作品大幅输出后的色彩与电脑调色一致,该馆对显示器要求及其苛刻。展馆负责人王曦称:“水世界视觉馆的显示设备必须具有准确的色彩还原和图像解析力,特别是要保证打印输出的色彩精准。”

馆内资深设计师对三星 S27A850D

进行了专业的测试与校色、在使用了一段时间后,也谈了自己对这款产品的看法:“三星 SA850 对色彩的还原精准到位,真实、自然,打印输出以后,打样效果与显示的效果保持一致,而且它的高分辨率,非常有助于我们对图片细节和局部进行修改和处理,保证图片在大幅输出后,每一个细节都能做到精益求精。虽然这款显示器没有内置校色软件,但这丝毫不影响显示器本身的性能,因为通常来讲,每一个专业的广告公司或设计公司都有一套自己的校色技术和方法手段,三星 SA850 经过我们自己的软件和专业仪器校色以后,我认为它完全具备了一款专业显示器的高素质。”

作为三星商用显示器中的一款旗舰型号,智翼 SA850 系列主要面向制图、设计、打印出版等专业领域,以及一些强调画面质量和显示细节的办公应用中,它采用了三星最新研发的 PLS 高端广视角面板,该面板除了具有卓越的透光性以外,同时具备了精准的色彩解

电话车险竞争激烈 服务品牌化成趋势

在消费日益透明化的今天,很多消费者都知道,购买电话车险不仅要看哪个明星代言,是否是值得信赖的大企业,更要看在出险后其能否真正落实服务承诺和提供及时周到的优质服务。“电话车险主要看服务”已经逐渐成为消费者的共识。

而近日电话车险市场首个服务品牌——人保电话车险“零距离”服务的推出,更是让消费者在购买电话车险服务时有了品牌识别意识。此举也标志着电话车险行业进入了服务品牌化的发展新阶段。

品牌化规范服务将成行业趋势

今年开年以来,保监会就先后发布了《关于做好保险消费者权益保护工作的通知》和《机动车辆保险理赔管理指引》,对车险服务做了明确规定。其中,针对车险理赔难问题提出多项提高措施,如要求保险公司缩短工作时限、简

化理赔手续、建立小额车险快赔快处机制,同时定细定实权利义务,从源头上减少争议的产生等,对车险理赔服务和流程进行规范。

在行业发展和政策规范的形势下,谁率先在服务的升级和优化上找到竞争突破口,谁就能抢占市场先机,赢得客户。对此,人保电话车险率先启动了服务升级行动,推出了基于七项服务承诺为基础的电话车险行业首个品牌化服务——“零距离”服务,对于整个电话车险行业服务标准化发展起到了积极的示范作用。

以品牌化实现差异化优势

相比以往电话销售车险给人留下的只是一个新购买渠道的印象不同,人保电话车险“零距离”服务宗旨全面提升服务内涵,不仅强调电话车险服务“关注车”,更进一步强调“关怀人”,强调其为车主提供的是“零距离”贴近式的一体化完善周到服务,弥补了传统电

话车险对客户关怀缺失的不足。

据了解,作为人保电话车险“零距离”服务的核心内容,其“七项承诺”从多个层面为车主从投保日常用车乃至出险理赔全过程提供了周到细致的系统解决方案。其中,“全国范围内故障车辆免费救援服务”、“电子查勘员服务”、“万家网点,四海通行”等几项服务,有针对性地解决了客户从出险、定损、理赔等各个环节的后顾之忧,对于客户并非出险只是因车辆故障需要解决的拖车、送油、充电、更换轮胎、轮胎充气等棘手问题人保电话车险都提供了极大的便利;“递速理赔服务”、“万元以下案件 1 小时通知赔付”则从时间上为故障车主大大提高了理赔效率;而“推荐 4S 店维修服务”、“人伤案件无忧服务”等则针对车主出险维修和出现事故人员受伤的情况,通过提供更全面详尽的咨询和快速处理机制,大大减轻了车主在维修和善后环节的后顾之忧,提升了处理速度和服务水平,显示出人保电话车险服务的人性化关怀。

(仁 保)

的驾驶体验

逍客搭载的 AVM 全景式监控影像系统、CAR WINGS 智能行车服务、CVT 智能无级变速器等先进智能装备,都是同级别车型中绝无仅有的。经过此次智能配置升级后,逍客再度实现价值跃升,性价比优势更为突出,无愧于“20 万元级别 SUV 车型明智首选”的称号。

2012 车企赛跑 城市 SUV 或成生力军

近两年,不管中国车市的增长率达到多少,SUV 市场一直远高于车市的整体增幅。也正是因此,各大汽车厂商越发看中这块大“蛋糕”,纷纷在该市场中投入重点车型。尤其是在 2011 年,作为年度最火热的细分市场,城市 SUV 市场是众多汽车厂商销量增长的主要来源。其中,东风日产 2011 年 80 万台销量的达成,更是有赖于其 SUV“双杰”奇骏、逍客的贡献,这两款车型全年累计销售 139,568 万台,占企业总体销量约 17%。

SUV 市场多元化趋势的出现,在本质上仍要归结为消费需求日益呈现出的多元化特点。一个显著变化是,虽然从目前的市场销售情况来看,我国仍然处于家庭购买第一辆车的时代,但国内增购换购的需求在近两年来的有明显的增长势头。以东风日产的城市 SUV 车型逍客为例,增换购比例就达到 70% 以上。这些车主基本上都是在我国汽车市场进入井喷期购入第一款车,有着强烈的升级换购和增购需求。

年初各大车企都满怀信心的发布了自己 2012 年的最高产销目标。其中,东风日产提出了全年突破 100 万台的产销目标。考虑到轿车市场已进入平稳、健康发展期,众车企如果要想达成全年销量目标,势必会重点通过新车投放和强化 SUV 车型销量,助力其实现全年产销目标。

而高速增长 SUV 市场呈现出两头小,中间大的格局,主销车型基本介于 1.6L-2.5L 排量之间,可以说此区间的中档 SUV 车型投放最多,竞争最为激烈。正是看准了 SUV 市场两头小、中间大的格局,除了逍客,东风日产于 2011 年 11 月投放市场的新奇骏也同样极具竞争力。

智酷全能新奇骏成就技术之王

作为东风日产的经典 SUV 车型,奇骏自 08 年导入国内就为城市 SUV 市场树立了技术标杆。而新奇骏则以“CROSS CITY 跨越酷尚城市”为开发理念,汇聚日产先进的 C 平台造车技术,具有超越同级城市 SUV 的高性能。

它以全新升级的智酷外观、高品质内部设计、智能全模式四驱系统、AVM 全景式监控影像系统和“CAR WINGS 智行+”智能全方位行车服务,完美融合了卓越的 SUV 通过性、领先的智能配备与宽大舒适的内部空间设计,以智观、智驱、智享三大核心优势开创城市 SUV 的智酷全能新风貌。

新奇骏还引入了“以驾乘者为中心”的设计理念,对座椅、中控台及智能仪表盘进行全新设计,将高质感的装饰材质与人性化便利的功能设计完美结合,更添加全新高质感双色内饰,个性之余更显稳重。更为重要的是,新奇骏配备了 ZONE BODY 区域组合车身、EBD 电子制动力分配系统等周全的主、被动安全技术,可根据车辆的状态,启动各种防护功能。

业内人士认为,新奇骏不仅保持了在外观、内饰、性能等方面的优势,更进一步搭载了多项人性化科技装备。通过这些尖端技术的应用,新奇骏在产品实力上全面超越同级车型,为城市 SUV 市场树立了全新的技术标杆。

“新奇骏是城市 SUV 市场当之无愧的技术之王!”东风日产乘用车公司副总经理任勇表示,“奇骏将以全面、全能的强大产品力,全方位满足城市 SUV 消费者愈发多样化的用车需求,开创城市 SUV 市场的智酷全能新风貌。”

城市 SUV 智享家 创领行业技术潮流

在车市涨幅逐渐放缓的 2012 年,SUV 市场成为了仅有的“热土”之一。随着市场竞争愈发激烈,消费者的购车观念也愈加理性成熟。对于消费者来说,他们需要的是更具人性化关怀的技术创新。也就是说,车型的技术升级,应当以更加便捷、实用作为导向,只有准确把握这一原则的车型,才能成为新时代消费者的宠儿。

作为城市 SUV 市场增速最为迅猛的品牌之一,东风日产 SUV 车型的表现也证明了这一观点。在刚刚过去的第一季度,东风日产逍客、奇骏累计销量达 42,323 台,同比增长近 40%,领跑 SUV 市场。

从城市 SUV 中第一个使用 XTRONIC CVT 无级变速器,到第一个使用 AVM 全景式监控影像系统、第一个使用 CAR WINGS 智能行车服务,再到 Eco Drive 节能驾驶助手……东风日产 SUV 的技术革新,都以“精彩生活创导者”为根本导向,也因此赢得了消费者的青睐,成为了城市 SUV 智能技术的创新者与引导者。

此次东风日产将逍客、奇骏、楼兰整合提出“城市 SUV 智享家”概念,将使这一优势进一步得到体现。纵观目前的城市 SUV 市场,东风日产拥有能够满足顾客需求的最为强大的阵容:智享时尚生活的逍客、智享休闲生活的奇骏、智享新锐生活的楼兰。这三款风格截然不同的 SUV 车型,以同样充满人性化关怀的创新智能技术应用,全面满足了不同消费者的用车需求。

杨嵩表示,未来东风日产 SUV 品类车型,将继续围绕“城市 SUV 智享家”这一概念展开产品与服务升级,让消费者切身体会到东风日产所倡导的人性化技术创新。而逍客、奇骏、楼兰三款车型,也将进一步加强集群优势,为东风日产在城市 SUV 市场中攻城掠地。

(赵 东)