

家电冬天,通程电器“温暖”前行

2014年实现全省新增门店40家,年销售规模突破50亿

“未来,毫无疑问,通程电器在湖南市场上将继续领先。”

12月6日,坐在并不宽敞的办公室里,“少帅”余腾达笃定的话语里有种舍我其谁的霸气。

在余腾达看来,领先已经成为渗透通程电器血液的基因,“通程电器已经习惯站在第一,毕竟我们已经领先10年。”

“2012年到2014年,通程电器全省门店将在现有基础上新增至少40家,实现年销售规模突破50个亿。”

【趋势】经济低迷中率先领航

春江水暖鸭先知,确实如此。对于一个企业来说,要想准确排兵布阵,就必须了解国内外经济形势的走势,把握好大方向。

“目前,中国市场的投入明显下降,商家搞活动的频率和促销力度明显不同于往年。”余腾达认为,这些企业正经历着市场带来的巨大压力。

“大的经济形势不理想,对整个家电行业势必会产生一定的影响。”余腾达表示。不过,这并没有影响他的信心,继续开拓湖南市场的目标依然不变。“通程电器深耕湖南,

做透湖南的战略目标,在未来3年是不会变的。”

【布局】贴身肉搏中从容落子

攀登的意义,不在于你又成功地拿下了一座山峰,而在于你在登顶之后又挥笔画下新的“征点”。

尽管在门店数量、销售规模上,通程取得了全省之最的优势,但这并没有让它停下扩张的步伐。

“2012年到2014年,通程电器全省门店将在现有44家的基础上新增至少40家,实现在销售以外的服务领域营收规模达到1000万以上,实现年销售规模突破50个亿。”余腾达向记者透露。

对于新开门店的选址,县级市场将是重点。据了解,目前,通程电器覆盖了湖南18个县城,未来覆盖的县级市场将提高到30个以上。

【电商】纷至沓来中重磅出击

通程电器一直在寻找现代商业的新增长点,竞争趋势。

在当前的扩张版图中,电子商务初期



消费者力捧通程电器10岁“生辰”。

会作为通程商业板块的一个独立序列存在,与已有的百货、超市、电器三大序列并驾齐驱,拉动通程的发展。

“通程电器旗下电子商务网站正在紧张筹建中,预计将在明年上半年、最迟在明年二季度运行,三年内实现1亿元销售规模。”

余腾达表示。

为推动网购业务的发展,通程电器将采取网购产品价格与实体店差异化销售策略,“线上购买价格,我们初步确定将比实体店的价格优惠10%左右。”

■记者 邢云 见习记者 邓倩

国美网上商城受封 电子商务“领头羊”

本报12月8日讯 “2011中国互联网群英会”日前在深圳举行,国美电器网上商城(www.gome.com.cn)凭借对家电网购行业的深远影响以及引发市场竞争格局的改变,成为中国家电网购行业增幅最快的电商企业,获评中国电子商务领军企业称号。 ■通讯员 胡泽

PATRIZIA PEPE2011 秋冬女装系列长沙发布

本报12月8日讯 奢华的皮草大衣,如雪的雪纺长裙,身着PATRIZIA PEPE2011秋冬女装的模特在动感的音乐中缓缓出场。

近日,意大利品牌PATRIZIA PEPE在长沙举行了2011秋冬女装系列发布会,为现场的时尚人士演绎了一场梦幻的皮草视觉盛宴。 ■记者 杨迪

移动互联成“香饽饽”

“国产苹果”,谁来“咬”下一口

一台4000多元的金立智能手机,你买吗?

近日,金立手机总经理刘立荣高调发布其7款智能手机,此前一直很“平民”的金立,也推出高端智能产品,价格近5000元,堪比一台苹果。

12月7日,金立在长沙宣布e-life、天鉴系列两款智能机将在本月底面市。

在国外品牌包打天下的智能手机市场,金立此举被认为颇具“破局”的勇气。

市场升温

近两年国内智能手机市场风生水起,智能手机占手机整体市场份额急剧飙升。

据艾媒咨询发布的数据显示,2011年中国智能手机呈现猛烈增长趋势,由2010年12.0%的用户市场占比,增长到2011年第三季度的19.5%,预计2011年第四季度中国智能手机用户市场占比将达24.0%。

智能手机的发展态势,用刘立荣的一句话可概括为:“这是一个朝阳产业”。

在湖南,这个朝阳产业“市场份额约30%,今后这个数字将不断变大。”迪信通湖南区负责人汤志强表示。

前路崎岖

智能手机这块急速“膨胀”的蛋糕,引来不少“分食”者。前有国际大鳄苹果、MOTO等早早“张口吞食”。后有国产手机金立、欧信、小米等集体发力中低端智能手机市场。

近日,金立发布其7款智能手机,价格从1400多元到4900多元不等,基本覆盖市面上智能手机所有价位,也正式迈出其进军高端手机市场的第一步。

这一跨步被业内认为“颇具胆略”。“像金立等国产手机要在高端智能手机市场闯出一片天地,还需水磨工夫。”有业内人士

表示,这与其品牌定位不无关系。

不过,“对比国际品牌发力智能手机市场,国产智能手机还是晚了半步。”汤志强表示。

破局箴言

“未来将有2到3家国产品牌突出重围” 汤志强指出,2012年国产智能手机抢占的重点依然是1000-1500元左右的智能手机。他预测,“未来将有2到3家国产品牌突出重围。”

“做好功能性手机及中低端智能手机,也能有一片天地”

有业内人士表示,“并不是每个人都会用高端智能产品,做好功能性手机及中低端智能手机,也能闯出一片天地。同时,国产手机必须要在提高产品品质、技术创新上不断突破。” ■记者 杨迪

经济信息

浴缸伴侣:万和大流量V10热水器

冬日来临,在自家也能泡温泉多惬意。据调查,随着生活水平的提升,家庭拥有浴缸比率递增,但实际却面临浴缸空置的尴尬。据万和热水器工程师介绍,家庭浴缸用水量,万和16L以上燃气热水器专为浴缸配置,满足冬天在家泡澡的“情调”需求。一个普通浴缸大约为150L,假设用储水

式电热水器供热水,目前市场上电热水器约为60L-100L,放掉整胆热水仍不够;假设用10L燃气热水器,放满浴缸大约20分钟,等待时间长,且存在水变冷、浪费能源的问题;而使用万和16升V10非常节能恒温热水器,其出水温度最高达75℃,采用第二代AI智能恒温系统,与第一代相比,恒温精度与恒温

时间等舒适性能提高了近50%,10分钟不到即可将150L浴缸放满,节水省气,大大缩短热水等待时间,与浴缸泡澡功能高度适配,互为完美伴侣。

万和大流量V10热水器还堪称家庭热水中心,一台相当于三台热水器的功能:首先是一台16L大流量热水器,既可享受瀑布般的畅快淋漓浴乐,又可以放满整浴缸热水,享受在家里泡温泉的舒畅;其次,万和V10最大出水量还可同时供两个卫浴间一

起淋浴;此外,万和V10具有无极变频技术,根据进水量自动调节燃气体积,只消耗相对升数所需的燃气,节省燃气,甚至可以当一台小厨宝,用于冬天洗菜、洗手。

据悉,万和在燃气具领域已十五次填补国内技术空白,取得五百多项国家专利,是燃气具行业取得专利数量最多的企业。目前万和“岁末抄底”活动全国展开,万和16升V10比市场同类产品降幅达40%,只需2698元。

奥特朗掀起“双模旋风” 全面淘汰速热产品

新一代电热水器全线出击,加速行业升级换代

储水式电热水器发展的四个阶段

单胆单核速热:一个内胆一组发热管,发热管功率一般在1KW-2KW之间,容积从40L到200L不等。优点是结构简单,缺点是加热缓慢,体积庞大笨拙;

单胆双核速热:缩小热水器的内胆容积,增加了一组发热管,一般容积为30L-40L。优点是缩短了预热时间,缺点是加热速度较缓慢,水量有限;

单胆双核速热:一个内胆,在热水取水区域增加一组或多组加热管集中加热,分为分层加热和聚能加热两类。优点是出水速

度稍快,缺点是仅在特殊条件下(如夏季进水温度25℃)才能做到即开即热。

双胆四核双模:由两个内胆(大胆和小胆)、四组发热管组成,采用变频接力加热控制系统,春夏秋三季即开即热;冬季使用只需等待10分钟左右。

双模电热水器体积小、加热快、水量大,可以做到6倍扩容、外观漂亮、节能、安装条件低,是目前更适合于中国市场的电热水器。

奥特朗的“双模旋风”将加速行业升级换代

1、从2011年起,奥特朗全面淘汰速热

式产品,推出系列双模电热水器。2012年,将新增一批双模机型;

2、大幅度降低双模电热水器的价格,这样顾客就可以用以前只能购买储水式电热水器中端机型的价格买到双模电热水器了。

奥特朗 中国驰名商标 参与起草、制定行业国标 行业领导品牌

从进入中国市场以来,奥特朗一直专注于快速电热水器的研发生产,拥有行业规模至大的生产基地,参与起草、制定《快热式热水器》国家标准,荣获行业唯一一家中国驰名商标,被认定为高新技术企业。由于领先的技术和品牌的影响力,加上遍布全国2300多家销售网点,多年来,奥特朗连续保持销量遥遥

领先的记录,是真正的行业领导品牌。

马上行动吧,选择奥特朗,选择双模时代!

友情提示:奥特朗产品在全国各大家电卖场、百货商场、专卖店有售。现诚招全省空白区域代理商,咨询电话13288801362;奥特朗全国专卖店加盟商招募中,全国销售咨询、招商热线:020-22640888

