

创维业态格局臻于完善 战略布局效果凸显

2011年6月,创维数码公布了2010-2011财年的财报,243.39亿港元的销售规模和12.81亿港元的净利润,营业额比上年增长6.9%,连续五年保持增长,再次交出了一份行业最好看的成绩单。

虽然利润比上年略有下滑,但这份成绩却来之不易。创维的2010财年,中国电视机行业变数横生。从产品销售格局来看,LED电视竞争迅速细分,智能电视、互联网电视、LED-3D电视快速上市上量,逐步代替普通LED电视,一茬一茬地伴随着价格的快速下滑。在复杂多变的市场竞争中,创维把握战略方向,发挥系统效率,经营业绩稳健发展,盈利能力持续保持行业领先优势,仍然在数据上守卫了国产彩电的领军品牌地位。

2009年初,创维集团作出了三大投资决定:

毗邻LGD广州液晶模组工厂建设整机厂、投资入股LGD广州模组厂、共同投资成立研发公司,成功与LGD实现了战略合作,标志着创维在整合彩电产业链方面的构想已基本实现。

创维的战略是核心产业做强、相关产业做大。张学斌认为核心产业做强有三个基本的判断:

其一,是不是行业的技术标准倡导者。

其二,是不是行业的市场标准倡导者。

其三,是不是行业的管理标准倡导者。

张学斌说,为了做强核心产业,近几年我们加强了能力建设。过去,我们一直强调关注机会,但现在我们更加关注能力;过去我们强调的是个人英雄主义,我们现在强调的是团队执行力;过去我们靠的是经验管理,现在我们靠的是科学管理。

过去集团的管理能力很弱,现在集团的管理能力非常强;过去我们给一笔钱让各个产业公司自我发展,现在我们建立了一个完善的体系帮助各个产业公司更好地发展。这些转变让我们有能力支撑扩张。每涉足一个新的产业,创维都会考虑是否跟集团传统的强项匹配。

创维之所以进入白色家电领域,并选择从冰洗开始,是因为冰洗的终端和彩电的终端是一样的,卖电视的地方通常也卖冰洗。空调与冰洗、彩电不同,它需要很强的安装调试和售后服务能力。



过去的五年中创维果断地调整产业结构,对平板电视领域进行了多项战略投资,比如说与参股LGD在广州的液晶模组和液晶面板工厂,投资广州、石岩、呼和浩特的新平板电视基地,在成都、南京、江西宜春等地建设物流基地。

张学斌表示,创维是有远大抱负的企业,面对21世纪新十年,创维制定了五年实现500亿元营收的战略规划。2011财年是五年规划开局之年,是充满挑战的一年,但我们坚信,不断创新的创维将把握机遇,交上一份满意的答卷。正是上述目标牵引,使创维能够牢牢掌握企业发展的大方向并科学制定发展战略。



全国首款手洗洗衣液诞生 蓝月亮抢占手洗市场

近年来,中国洗衣液行业迅猛发展,“液趋势不可阻挡”已经成为了不争的事实。众多日化厂家纷纷加入竞争激烈的洗衣液市场。其中,蓝月亮的表现最为夺目,牢牢占据了洗衣液市场超过40%的市场份额。近日,蓝月亮又创新性地推出全国首款手洗洗衣液,填补了国内手洗洗衣液市场的空白。该产品凭借其更为贴心的手洗新体验,势必掀起一股液体手洗风,成为未来家庭衣物手洗的首选。

手洗洗衣液 颠覆传统手洗习惯

据相关数据统计,中国90%以上消费者存在手洗衣物的习惯。消费者普遍认为手洗更干净,尤其是针对衬衫的领口、袖口等敏感部位。而且,真丝毛类、内衣内裤、婴儿衣物等特殊衣物,一般只适宜手洗。然而,洗衣粉不易溶解、难漂洗、伤手,肥皂易变形、易交叉感染,普通的洗衣液在使用上存在不容易取液、用量不易控制等缺点。目前市面上并没有一款真正意义上的手洗专用的产品能完全满足消费者手洗的需求。

因此,蓝月亮手洗洗衣液的推出,无疑是洗涤行业的一次全新的尝试和突破。它针对性地满足了手洗衣物的个性化需求。创新的泵头设计,使无需拧盖、倾倒即可随时随意取液成为可能,还能精准地控制用量。专业的手洗配方,带来的是易溶解和易漂洗的轻松感。同时,温和中性配方与芦荟精华的完美结合,充分保护了双手。

蓝月亮手洗洗衣液所拥有的这些异于传统手洗产品的优势,将颠覆人们传统的手洗习惯,引领手洗衣物从肥皂时代向液时代升级换代。

开启行业发展创新模式

综合近几年洗涤行业的发展情况可以看出,我国洗涤行业新产品产值的增长速度太慢。瑞士德勤首席执行官白礼德曾对中国企业走出以往定位给出一条建议:中国企业要想成为500强,必须摆脱低成本取胜的套路,开发强有力的品牌和提升产品附加值,同时在市场营销和产品创新方面与众不同。

市场的本质在于竞争,竞争的本源在于差异化。蓝月亮此次推出的手洗专用洗衣液正是基于精准认识消费者需求而推出的创新杰作。作为全国第一款手洗专用洗衣液,它的出现改变了消费者以往的手洗方式,带来了轻松方便的手洗新体验。同时它将提升蓝月亮的市场份额,加速企业的发展,这无疑为整个行业带来了激励作用,推动中国洗涤行业的创新性发展与升级。

蓝月亮作为洗衣液的领导品牌,其一举一动无疑影响着整个行业的发展,甚至代表行业潮流的方向。当洗涤用品行业有了越来越多结合消费者需求进行不断创新的“蓝月亮”,那么行业结构将更加完善,而消费者也将从产品中得到越来越多的利益。

■郭秀香

TCL称雄“黄金周” 超级智能云3D受追捧

在云电视和3D电视的带动下,2011年国庆黄金周中国彩电销量再创新高。

其中,TCL超级智能3D云系列电视备受追捧,在国美、苏宁等大卖场出现了TCL云电视热销断货需要消费者预订的热销情形。

TCL集团月度销量公告显示,9月份TCL多媒体LCD电视机销售较去年同期增长34.1%达131.9万台,突破历史新高。国庆期间,TCL在超级智能云电视新品的带动下,销量与去年同期相比实现强劲增长,3D电视销量占比大幅攀升。超级智能云电视新品云·逸Z11、云·卓7300、云·赏5300等更是一路走俏。

行业专家认为,3D电视产品的成熟和市场价格下降是3D电视国庆井喷式增长的主要原因,而结合《变形金刚3》的差异化3D电视营销以及在云电视领域的率先发力,为TCL全胜国庆档奠定了坚实基础。

阿里斯顿平板热水器闪耀秋季市场

继承纯正欧洲血统的阿里斯顿FLAT平板热水器,凭借典雅意大利设计和双胆双核设计,让消费者在这个秋天可尽享完美家居和舒心好浴。

在近年平板风潮下,爱好时尚的年轻人很想给浴室配上匹配家居简约风格的

热水器,阿里斯顿FLAT平板热水器正符合了消费者“简约不简单”的家装要求,让您的浴室轻松成为家装美学典范。

阿里斯顿FLAT采用智能节能技术,通过对家人所用水数据进行智能分析和优化处理,既避免了您亲自进行复杂操

作,同时达到自动节能目的。

选择阿里斯顿FLAT,即相当于您请入一位精打细算的热水器节能管家。有数据表明,带有自动节能键的FLAT比传统热水器平均节能10%。智能而节能,FLAT可以说是消费者今秋的一举两得之选。

畅享缤纷车生活 最佳心灵搭档车型推荐

迈入“有车一族”无疑会提升生活品质,为生活增添更多便捷与快乐。选择一款什么样的车,就意味着选择了一种什么样的“车生活”,一款情感价值出众的车型,不仅能够与消费者成为心灵最佳搭档,更可将“车生活”渲染得缤纷多彩。

今天,我们特别为大家推荐了三款不同“性格”的车型,谁将成为你最佳的心灵搭档?本文之后,每一位消费者都会找到属于自己的答案。

说起TIIDA,相信国内消费者肯定不会陌生,从05年进入中国市场,到今年全新升级换代后勇夺细分市场三连冠,TIIDA在中国市场已经俘获了近80万消费者的芳心。

能够取得这样出色的成绩,卓越的产品实力自不必说,更重要的是,TIIDA始终都在围绕消费者的生活状态展开情感营销——从“快·乐·慢生活”,到“乐·动生活”,再到新TIIDA骐达的“品位轻生活”,它对消费者生活状态的关注程度和健康生活理念的引导可见一斑。

一汽-大众CC自去年登陆中国以来,以轿车的理性、跑车的感性,探索着动与静的美学境界,打造了符合当代审美和实用需求的轿车典范,进而倡导出一种全新的CC式生活主张,同时也让车市刮起了一阵

“高端运动风”。同时,CC也成为了那些追求动感驾驭、同时又对车型体积有一定要求的消费者们心中最中意的座驾。

被誉为“有史以来最美大众汽车”的CC不乏令人一见倾心的“美貌”:悠长的线条由车头延至车尾,无框车门、全景天窗以及17英寸Spa铝合金轮毂,俊俏的车尾、拉长的尾灯等,打造出雅致气派的形象。在继承与包容大众品牌的诸多经典元素之余,CC由外而内彰显美丽、智慧、率性而为的个性特质,从这意义上说,CC超越了代步工具或身份象征的概念,而成为个性化、运动生活方式的全新注解。

力狮旅行版外形设计非常饱满,尾部造型也是硬朗中带着圆滑。整体看上去,虽然没有过多的华丽线条与造型噱头,但这也正是斯巴鲁一贯保持的风格。

作为一款旅行车,如果驾乘舒适性不够出色的话,车主们怎么能够放飞心境去旅行呢?因此,考虑到车主在旅行中的驾驶情况,力狮旅行版的方向盘、座椅等配



置更加偏重于舒适性,营造出了一个温馨的驾乘氛围。

长途旅行必不可少的是大包小包的行李,因此,力狮旅行版在车内空间的设计上也进一步强化了利用率。宽大的尾部空间以及放倒后排座椅后的整车空间表现让人非常满意,如果是一家三口乘坐的话,后排及行李箱的空间也足够存放全家出游的行李了。

可以说,力狮旅行版的空间表现和装载能力完全满足了日常的大小旅行,足够让车主们体验“放飞心旅行”的感觉。

热销家电及3C网购价格对比表 长沙地区 (截止10月11日)

产品	库巴	京东	易迅	新蛋
彩电				
夏普40英寸LED液晶电视LCD 40LX480A	4999	无	5269	4999
三星32英寸液晶电视14327150GI	2499	无	2199	无
冰洗				
三洋(SANYO)5.5千克滚筒洗衣机XQG55-L832W	1899	2199	无	无
生活小电				
亚都维修卫士KJF2801N	2368	2399	2399	2899
亚都空气净化器KJF22021	1799	1799	1471	1990
厨卫大电				
美背HP521B浴霸	445	445	445	512
尼康单反相机D90套机(18-105/3.5-5.6 VR)	6499	6680	无	6680
索尼可换镜头便携数码相机NEX-5(18-55)(银色)	3788	3998	无	3799
电脑				
联想14.0英寸笔记本电源 G470AH-IFI(15-2490M 2C 500G 1GB显 摄像头 Linux)(深棕色)	3899	3899	无	3399
手机				
摩托罗拉ME525(黑)	2198	2379	2179	2158
苹果iPhone4(16G)	4498	4548	4499	4548

点评:在随机抽取的7大品类11款产品中,库巴有6款产品为最低价,其中大家电品类低价优势明显,一款洗衣机价格与最高价格相比便宜近千元。