

TOI

三湘都市报
2011年12月23日 星期五
编辑/陈静 美编/陈懋 校对/苏亮

2011湖南3C行业 “气候”红皮书

暖冬

在冬天播种

这一年,开了个好头,政策让我们尽情享受了温暖的阳光,不过,接下来,我们将在凛冽的冬天中裹紧自己的寒衣。

这一年,有的企业裁员了,有的企业停产了,许多私企老板跑路了;

这一年,西门子冰箱门关不严了,豆浆机传说漏油了,多个企业陷入质量门了;

这一年,海尔收购三洋了,苏泊尔姓“SEB”了,奔腾也被飞利浦收购了,步步高小家电不见了;

这一年,陈晓退出了,杜鹃复出了,日本地震了,LAXO终于登陆国内了,但是百思买却退出中国了;

这一年,联想离开了他的创始人柳传志,神一样的乔布斯给上帝种苹果去了。

这一年,这一切,似乎都预示着3C行业将顶着寒风继续前行。

我们所熟知的,行业的冷气流从不单独到来。与3C行业休戚相关的房地产也逐渐被冰冻,原材料成本的上升、汇率变化、世界范围的经济形势趋紧,我国家电行业面临着出口和内销的左右为难……

那只能在冰雪中瑟缩着等死吗?

我倒想起看过的一部电影,肖申克的救赎,只要不放弃就有希望,精神层面的意志和决心,放下架子的反思和行动。

在这个时候的企业做什么都有道理,打折、降价、裁员、转让、并购等等。狗熊在冬天的时候没有继续寻找食物而是选择冬眠,自然界的法则在经济界一样通用。这个时候降价促销不丢人,死了才丢人。生存才是硬道理。

但是,所有每经过一次冬天就更加强壮的企业,除了生存外,还会做一件至关重要的事:播种。

事实上,稍有农业知识的人都知道,冬天并非是无所作为的季节,像小麦这样的夏收作物都是在此时播种。

这样的播种,我们可以理解为创新。

她可以是产品的创新,你可以让你的产品更绿色,更聪明,更时尚,所以变频的,无氟的,物联网的,3D的,云里雾里的都来了;

她可以是营销的创新,你可以让你的品牌显得更热情,更主动,更有亲和力,所以消费者常常会发现,有专门为自己敞开的团购夜,或者自己家里用的老电器居然能免费换新机了;

她也可以是渠道的创新,你可以让你的产品通路更迅捷,更便利,更宽广,所以最偏僻的小乡村都冒出了专卖店,还有家电连锁网上大肆开卖,电商也一路铺开玩起了实体。

相信,如果不如此,我们将始终面对一个没有尽头的“冬天”。

我不会用“冬天到了,春天还会远吗”这句用到俗滥的诗歌作为结束,我会“创新”地告诉你:虽然今天长沙最低温度0℃,但春天又向你走近了一天。

■邢云

出品:广告营销中心 总统筹:郭宏波 唐志军
广告统筹:李平 文字统筹:邢云