



2016湖湘年中报

# 海尔匠心打造2亿“最精致家庭”

印证了“真诚到永远”的企业理念，工匠精神始终如初

日前，根据海尔SCRM(社交客户关系管理)数据平台的数据显示，4月20日，海尔2亿家庭已经诞生。而据《中国家庭发展报告》统计，我国家庭数量约为4.3亿，这就意味着近一半的家庭正在使用海尔家电。然而，综合海尔新增用户数据和历史存量用户数据显示，海尔共创造了2.2亿家庭覆盖，其中更新换代、二次购买以及重复购买的家庭达到了0.2亿。

对品牌而言，市场的反应是最佳的认可。2亿“最精致家庭”的诞生，也正印证了海尔“真诚到永远”的企业理念，工匠精神始终如初。通过不断地颠覆和创新，海尔已经完成从电器到网器的升级，搭建起了与消费者生活息息相关的生态圈，与时俱进地创造着新的用户需求。

## 提升用户参与感“敲门砖”

在信息透明化、碎片化的互联网时代，提升用户的参与感成为获得用户认可甚至追随的“敲门砖”。正是洞悉了这一点，海尔集团在全国发起了寻找“家庭之最”活动，号召海尔用户分享自己的故事，进而重塑经营逻辑，与用户之间形成零距离的即时交互，



与新老用户建立情感联系，深度挖潜用户资源。

培育新用户，挖掘老用户，是多数企业持续成长的主基调，而品牌复购则更能体现出一个品牌的用户忠诚度。对于品牌而言，满意度和市场份额的衡量往往显得相对“苍白”，满意度是均值型的衡量标准，而市场份额有时会被广告或者大量促销而获得，而且市场份额是历史性指标，因此提升用户忠诚度才是品牌获取用户的关键。

## 卓越产品造就海尔匠心

出色的产品是品牌的“实心”，卓越的用户体验更是让用户成为

追随者的重要路径，这也是海尔一直所秉承的“工匠精神”的核心。

加强对用户的了解，并提供私人定制的产品来满足细分市场的需求和品位是海尔集团供给侧改革的基本原则。从“社群定制”产品的推出，到搭载智慧生态的海尔馨厨冰箱的问世，海尔已经完成从电器到网器的升级，并以网器为核心搭建起了与消费者生活息息相关的生态圈。

2亿家庭，6亿用户组成了海尔庞大的用户生态圈，并且“生生不息”，已然成长为一棵“参天大树”。

海尔湖南分公司总经理左栋：“工匠精神”是保持企业文化内涵与品质的内在动力，“工匠精神”是继承更是创新！

■记者 朱蓉

## 澳海澜庭再推稀缺铺源引抢购

2016年上半年是长沙楼市疯狂躁动的半年，“1天卖掉300套”、“1天接待300人”等销售神话相继发生，长沙楼市“半年考”以量价齐涨的红火态势完美收官。

在一线城市政策收紧后，二线城市便被推向台前，房价一路上涨。研究机构的调查数据显示，长沙上半年新建住宅成交总额为537.05亿元，同比上涨35.59%，6月均价上涨至6524元/平方米，涨幅排在全国第33位。

记者在长沙澳海澜庭营销中心了解到，该楼盘目前已开盘的住宅均已售罄，同时，楼盘配备的2条商业街商铺项目中有1条也已卖完，此次乐活商业街区的商铺也已所剩不多。

据介绍，正在发售的澳海澜庭临街商铺具有超高层高，投资者只需购买两层即可变为三层使用，同时，商铺坐拥45万人的购物广场以及

稀缺公园商业，目前正限量发售2万元抵20万元的购铺超值优惠。

值得注意的是，就在数天前，长沙市委副书记、市长胡衡华深入望城区调研月亮岛文旅新城规划建设。去年以来，望城区委、区政府启动了滨水新城核心区新一轮规划提升工作，融合海绵城市、智慧城市等先进理念，从道路交通、生态环境、用地布局、公共配套、岛城融合等方面，对片区进行优化提升。

这也意味着，对于地处中部地区首个国家级新区——湘江新区月亮岛文旅新城核心区唯一的公园洋房社区澳海澜庭而言，其商铺背后蕴藏的投资价值将再上一个全新的台阶。在“一铺养三代”的投资环境下，其稀缺性和升值空间都决定了澳海澜庭在售商铺无疑将成为楼市上的“抢手货”。

■记者 朱蓉

澳海澜庭 | 筑造家温暖



# 铺抢疯了 公园金铺推盘即告罄!

澳海·乐活商业街23-325m<sup>2</sup>临街现铺 8888

十年零月供 即买即赚即收租  
品牌招商联袂启动



8868 3456

401、W201、W207、W111、W107、W109、W116、W201区间线

项目地址：市府北湘江株洲区租界路999号  
[401澳海港口站下车即到]

地铁四号线让您出行无忧，畅达生活

