消费资讯

2013年3月7日 星期四

奥克斯发布全年营销攻略 硬实力击退市场寒流



日前,奥克斯&李连杰续约仪式暨中国市 场13年营销攻略上,奥克斯高调公布了其将在 2013年施行的奥式营销兵法:以优质平价、战 略转移、深度营销、精细管理为指引,奥克斯将 继续在由品质和创新铺就的品牌路线图上开 疆拓土,实现产品力、品牌力、营销力的协同升 级,以攻破2013年的行业坚冰。

为了遏制国内空调市场销售量下滑的颓 势,去年6月起,一场以扩内需、促消费为重 任的空调市场保卫战率先由国家节能惠民新

政提前打响,此后各领军企业迅速调整策略, 纷纷祭出节能型新产品应对这一战役。以奥 克斯为例,自2012年起快速提升了变频空调 在产品中的占比,并推出采用国际高端设计 理念研发的境界空调。

坚守品质、创新阵地战

而就在各个空调大佬在为新一轮的触底 反弹到来排兵布阵之时,奥克斯早已想好了 自己脱颖而出的第一招杀手锏——继续固守 其近年来的品质、创新堡垒。

奥克斯从2011年9月宣布"壹计划之品质战 略"以来,在完成对全球空调业竞争回归品质本 位的同时,还借由技术创新加速对企业产品力引 擎的打造,相继攻克变频、制热、面板设计等方面 的技术难题,并推出当时最高能效比的壹系列变 频空调、制热神器热霸、fashion do定制空调、镜 界平板空调等,从产品设计到产品性能再到产品 品质实现了360度无死角。其优质平价的产品特 性不仅保证了其在2012年的逆市上涨,也令其在 去年3月成为行业内少有的出口免验企业。

打赢渠道,营销移动战

而仅有御敌之盾又怎能满足奥克斯征战 2013的踌躇满志? 在本次发布2013营销攻略 中,它已经谋划好了自己的第二招杀手锏——以 渠道拓展、精细管理、多元营销为核心的移动战。

事实上,这一招数在2012年的奥克斯身 上便已初露雏形。曾记否,2012年,依托节 能惠民政策,奥克斯率先推出节能空调"三重 补贴",让节能空调补贴一步到位。

而在今年,奥克斯的移动战必然更臻于炉火 纯青之境。奥克斯空调国内营销公司总经理金 杰表示:"2013年,奥克斯将继续把营销重心从 一二级市场向三四级市场转移,主营模式从"卖 场、渠道并存的双轨制发展"向"卖场稳销量-提 升单店质量"、"渠道扩销量"的发展方向转移, 并大力推广深入消费者的精准营销及产品认筹 模式,通过研发适销对路的产品、制定灵活的渠 道政策加快经销商的产品流通速度。(陈数苏)

"地球上最重要的一款车"欲推新品

记者日前从上汽通用五菱了解到,微客 "五菱之光"将于上半年推出新车型,这款畅 销10年的经典微车有望继续保持活力长青。

据了解,五菱之光新品定位不变,主要针对 最基础的微车消费者,满足其对实用性和经济 性的诉求。在外观、空间等诸多方面五菱之光 新车将进行优化和提升,并运用人机工程理论, 有针对性地进行了多项舒适性改进设计。相 较现款五菱之光,新车型特别优化了驾乘舒适 性、储物空间和承载空间的实用性。此外,通 过对底盘的优化,操控性能也将进一步提升, 新车的性价比将会更高。动力方面预计将沿 用现有的1.0L至1.2L小排量高性能发动机。

五菱之光于2002年上市,2012年销量高达 53万辆。10年来,市场保有量高达400万辆。 2010年,美国《福布斯》杂志将五菱之光誉为"地球 上最重要的一款车"。2011年,五菱之光家族产品 又一次位列福布斯"全球汽车销量排行"第三位。

"五菱之光身上累积了良好的用户口碑 和信任,对这款经典微车产品不断持续改 进,推陈出新,以更好地满足用户的需求,是 我们一直在努力做的工作。"上汽通用五菱 销售公司总经理杨杰表示,五菱之光之所以 成功是因为实实在在地紧扣住了用户需求。

五菱之光新车型能否继续扮演好"地球上最 重要的一款车"的角色? 我们拭目以待。(李丽)

安全关怀月·春意畅享季 长安马自达"爱马进行时"系列活动正式启动

亲,春节长假,你自驾探亲了吗?亲, 春意融融,你准备好自驾出游了吗?快来 给您的爱车做一个免费检测吧! 暖意情 浓又一春,长安马自达为全国车主准备的 "爱马进行时"春季服务关怀礼物系列活

3月1日至31日,长安马自达"爱马进行时, 安全关怀月"活动邀您相约。4月1日起至6 月20日,"爱马进行时春意畅享季"活动接 力登场,倾力为您解除后顾之忧。(王敏)

帝王阿拉斯加大盘蟹(王蟹) 飞利浦电视:智在大视界 创新赢未来

纵观当下平板电视领域,传统的产业格 局、竞争重点正在发生变化,无论是3D电视、 大尺寸超高清电视还是最近炙手可热的智能 电视,无一不是新技术、新体验的竞争。保持 技术和创新优势才是获得强大竞争力的取胜 之道。2013年,中国液晶电视该何去何从? ZDC 分析师结合中国电视行业与当下热点, 提出了中国液晶电视市场三大热点趋势预 测:3D 电视的关注比例将持续上升;大尺寸、 超高清电视将较受关注;智能电视领域将燃 起战火。

电视行业历来都是硬件先行者,几乎每 一项技术革新都不是从内容领域发起的,而 是硬件厂商做好了技术和功能的铺垫,带动 电视内容和制播领域的发展,这个特点同样 出现在4K2K电视产业。源自荷兰皇家的飞 利浦电视即将推出多款不同尺寸类别的电视 新品,不仅将电视画面显示提升到一个新的

高度,同时在色彩、对比度、细节还原及降低 能耗等技术方面也有了值得期待的进展。

日益发展的中国家电市场吸引了众多实 力雄厚的跨国公司参与技术延伸与开拓。作 为源自欧洲、倡导"优质生活"理念的飞利浦 品牌,选择与国际知名技术企业合作,强强联 手,将未来科技融入今天的电视产品,为消费 者带来精致、优越的使用体验,这无疑将在 2013年家电市场上引来更多的关注。(李佳)

邯矿陶二矿社区增收节支、节能降耗再掀高潮

近日,陶二矿社区工会组织各部门相关人员 在会议室开展全面、全员、全方位的"增收节支、节 能降耗再掀高潮"活动,动员每一位干部职工从

点滴做起。该区还成立了相应工作小组、监督小 组,本次活动分成宣传动员和"节能降耗措施制 定"、节能降耗措施执行、检查、落实和责任制完 善与落实三个阶段,各部门围绕"节能,节水"等 目标,结合安全生产经营目标责任书,制定相应 方案和措施,加强对设备能耗的监测。(李春荣)

邯矿陶二矿洗煤厂确立企业文化建设"12345"工程

今年,该厂在企业文化建设上高标准建 立现代化洗煤厂;实现安全生产零事故、设 备完好上台阶;构筑个人行为素养规范养 成、责任目标精细化长效管理、整体管理水 平提升保证发展体系;深入开展6S基本行为 养成考核、4E标准考核、三工并存动态转换

考核、干部走动式管理考核;实现全员技术、 素质、基础工作管理、质量标准化、文明岗创 建、党建水平提高。

王蟹膏足味鲜,搭配地方特色配料酸甜适

口,菜品色泽红亮、鲜而不腻、辣而不燥、口感醇厚, 改良版菜式神韵依旧,照样令人大呼酣畅淋漓! 准备时间:20分钟

> 烹饪时间:25分钟 用料: 王蟹腿 500g 土豆 200g 青红椒 100g 花椒 干辣椒 桂皮 八角 姜黄粉 10g

豆瓣酱 15g

做法: 1.王蟹腿切成大块,土豆切块,青红椒切块;



2. 土豆炸熟,青红椒过油;

3.将甜面酱、花椒、干辣椒、八角、桂皮、姜 黄粉和糖炒出香味后,放入王蟹、土豆和青红 椒炒匀,加适量水略煮后加盐调味即可。

吃的时候还可以搭配皮带面一起,让

皮带面吸收汤汁的鲜美 (张海芳)

邯矿陶二矿开展"女职工权益保障法律法规"竞赛活动

为推动女职工权益保障法律法规知识 的学习和普及, 邯矿陶二矿女工委与"三 八"节前夕,开展了"女职工权益保障法律 法规"知识竞赛活动。

该矿专门拨出资金购买了书籍和试卷 发放到全矿女工手中,并从基层单位抽调 出骨干人员集中培训学习《工会女职工法 律法规文件汇编》等有关知识。(王丽红)

新世代天籁:"显微镜"下的高科技



日前,新世代天籁在广州长隆国际会 展中心全球首发,正式拉开了其征战中高 级车市场的序幕。在活动现场,东风日产 乘用车公司市场销售总部副总部长杨嵩更 是借助全球最领先的AR技术,如使用"显 微镜"般,将新世代天籁的几项产品技术亮 点一一放大剖析。

毫无疑问,东风日产敢于采用目前全 球最先进的AR技术,将新世代天籁技术 进行"解剖"与"放大",呈现于大众面前,正 是源于其对新世代天籁全面进化的产品力 所拥有的强大自信心。而杨嵩只用了4个 简洁的数字,便让我们强烈地感受到了这 份自信的来源。

第一个数字是"0",指的是高速变道 "0"偏差。在活动现场,通过AR技术,新 世代天籁采用的日产全球首创的梯形控制 臂独立后悬挂和源于英菲尼迪技术的四轮 精准循迹系统,通过放大和动态演示,杨嵩 为大家直观展现了其所带来超稳定的高速 过弯,不推头、不甩尾。

第二个数字是"7.3L"。杨嵩用"7.3L"这 个数字,为大家介绍了由全新一代QR25DE 发动机+全新一代智能XTRONIC CVT无 级变速器组成的"全新一代铂金动力组 合"。这个组合让新世代天籁不仅实现137 千瓦的同级最强动力,更实现百公里综合工 况油耗7.3L的同级最低油耗。

第三个数字是"50%",50%指的是使用

新世代天籁的劳损程度仅为同级其他车型 的 50%。通过 AR 演示可见,新世代天籁 采用的同级独创零重力健康乘坐系统,能 全面支撑背部,减轻肌肉和脊椎负担;全球 首创的 3D 平视显示屏将行车信息 6 合 1, 降低车主眼睛紧张程度;全维超静音车体 则让新世代天籁达到同级最优的静谧性。 一系列先进技术让新世代天籁的舒适性和 健康性,远胜同级其他车型。

第四个数字是"1/3"。新世代天籁车 身超高强钢比例高达1/3。AR 技术用透 视车架的方式,展示新世代天籁的超高强 钢分布结构;紧接着通过动画效果,一一展 示新世代天籁配备的ITS预警式整体安全 系统、AVM全景式监控影像系统,和HSA 上坡起步辅助系统等高科技配置,凸显其 为消费者带来的全方位安全保障。

AR 技术的使用,不仅让消费者清晰 地看到新世代天籁内部构造的创新性和先 进性,更对新世代天籁全面进化的产品力 产生更深一层的理解,真切感受到高科技 带来的精彩移动汽车生活。

通过AR技术,新世代天籁所运用的 高科技,如置于"显微镜"之下,被放大剖 析。这场大胆且精彩的演示,不仅为消费 者送上一场真实的产品技术说明会,更将 对中高级车市产生深远的影响:只有经得 住"放大"和"解剖"的产品力,才能真正征 服市场和消费者。 (郭 果)

