



帝度崛起的大格局

2013年6月26日,“三洋开泰 帝度生辉——帝度品牌代言人签约仪式”在安徽合肥盛大召开。随着国际一线明星林志玲在盟约长卷写下“我爱帝度 帝度加油”,这位集美貌与智慧于一身,流露出亲切优雅的招牌微笑的气质女星,正式成为合肥荣事达三洋电器股份有限公司(以下简称合肥三洋)旗下的高端家电品牌DIQUA帝度品牌代言人。

2011年,源自日本三洋制造工艺的帝度品牌横空出世。回首帝度两年来的快速发展轨迹,不见寻常家电企业的小打小闹,而是展现出一个自主品牌在发展大格局下的崛起雄心——

2012年4月,合肥三洋400万台冰箱项目的一期工程正式竣工投产,帝度品牌国际化高端冰箱首度亮相。此后,帝度冰箱两度入选中国极地科考队,成为指定专用产品。这一年,帝度还成功登陆德国IFA展览会,被评为“2012年度最具成长力家电品牌”及“2012年度产品创新奖”两项殊荣。

2013年3月,帝度冰箱、洗衣机,又分别荣获中国家电艾普兰奖“十大最受大众欢迎产品奖”和中国家电艾普兰奖“洗衣机产品奖”……

一切过往,皆展现了国内自主家电品牌的高端国际风范。眼下,随着帝度携手形象代言人林志玲,家电业内对于帝度的关注度持续升温,一个刚刚问世两年的市场新宠,不仅吸引了来自行业内外的诸多目光,更成为不少资深人士讨论中国家电自主品牌发展的引证案例。

林志玲为高品质代言

近年来,林志玲所代言的国际品牌不胜枚举,此次携手高端家电品牌帝度,更被业界人士看作是一次大手笔的双赢之选。

记者了解到,林志玲团队对其代言的产品均会进行严格的筛选,除了符合她的形象气质外,是否有合格的高端品质和安全验证亦非常重要,对代言产品选择谨慎。据悉,此次签约亦是林志玲首次为高端白电产品代言。

明星代言是否成功,要看它的产品和明星气质是否有契合度。帝度家电产品属于居家类耐用消费品;而年轻时尚的林志玲这些年逐渐走向成熟,让人感觉比较温暖。业内人士普遍认为,林志玲的甜美形象与知性内涵的独特魅力,与帝度品牌所享有的世界领先科技与卓越品质高度契合,可谓相得益彰,珠联璧合。

在签约现场,帝度旗下的重磅明星产品——曾荣获2013年中国家电艾普兰奖“十大最受大众欢迎产品奖”帝度三门冰箱BCD-372WMGB与林志玲展开亲密互动。该款冰箱被称为帝度经典之作。

签约仪式上,合肥三洋董事长金友华表示,帝度品牌自诞生以来,便肩负起实施企业整体发展战略的深远使命,伴随着帝度产品的推出,合肥三洋提出了二次腾飞的“532”战略——5年后,实现冰箱、洗衣机、生活电器及核心部件三大品类年销售收入200亿元,将公司打造成一个横跨冰箱、洗衣机及小家电等多领域、多品类、多品牌的国际化家电巨头。

未来,随着“532”战略的逐步深入,帝度品牌对于合肥三洋的战略意义将越发突出。此番携手林志玲,无疑在品牌国际化的道路上又迈上了一个新台阶。

最具成长力的家电品牌

DIQUA帝度,源自日本三洋领先世界的制造工艺,在致力于卓越技术与精益制造的同时,创新融合中国家电用户对于品质生活的追求,以智能、环保的生态家电为核心产品线,结合精智变频、精智保鲜、精智微波等全球领先的智能生态科技,贡献出满足用户健康环保需求的家电产品,为中国用户带来舒适优质的生活体验。

2012年,帝度品牌成功登陆德国最具规模的电子产品博览会之一,也是世界上最大的消费类电子产品的展览会——IFA展览会。为期6天的展览中,来自世界各地的厂商展示的产品,代表着未来电子行业的全新发展趋势。在这个品牌云集、新品争辉的电子展览平台,帝度品牌凭借对冰箱产品的研发创新,将日系内饰

与欧式外观相组合,并在冰箱以往的保鲜基础上独创了“云保鲜技术”,使帝度冰箱在技术领域成功实现了全新升级,被评为是“2012年度最具成长力家电品牌”以及“2012年度产品创新奖”两项殊荣。

2013年3月21日,备受家电业界瞩目期待的中国家电产品“艾普兰奖”在2013中国家电博览会期间隆重揭晓。最终,在入围的130余件产品中,帝度三款新品:帝度三门冰箱BCD-372WMGB、帝度意式冰箱BCD-322WTB、帝度DG-F6031BCG超薄滚筒洗衣机,分别荣获中国家电艾普兰奖“十大最受大众欢迎产品奖”和中国家电艾普兰奖“洗衣机产品奖”,展现出国内自主家电品牌的高端国际风范。

帝度冰箱登上“雪龙”号科考船

在北极这个全球最冷的地方,尽管科考队员们可以直接把吊着肉的铁钩伸出窗外,就有了最结实的冷冻肉类,但却只有提供持久保鲜功能的冰箱,才能真正解决船上食物半年一次补给的拮据。2012年,帝度冰箱随南北极科考船“雪龙”号,首次穿越了北极航道往返大西洋和太平洋,最北到达北纬87°40',稳定无故障地向科考队员们提供食物保鲜服务。

帝度冰箱随着“雪龙”号从亚热带季风气候一路北上,经历温带季风气候直达寒带气候,随后又折返亚热带、热带,进军南设得兰群岛乔治王岛,重回寒带气候,帝度冰箱虽然乘船旅行,却是中国货真价实的第一台“全气候带”冰箱,沉着冷静地为科考队员供应营养补给。

作为两度入选中国南北极科考队的指定专用冰箱。帝度冰箱因其卓越的稳定性、节能环保性,以及最为重要的持久保鲜能力,收获了极地科考队员们一边倒的赞誉。

帝度以其国际化品质与对高端品牌的追求,在过去的两年时间里,勇担中国极地科考队随船专用冰箱之重任,在往返于地球南北两极的酷旅中,用事实一次次改写着中国家电品牌发展史和见证了国产冰箱硬实力。

笃定的帝度 行业的典范

合肥三洋似乎习惯于“打破常规”。在行业竞争最为激烈的时刻进入高端白电市场;在行业政策红利逐步消失,市场态势渐现疲软之时与国际一线明星签约,在过去与未来之间,有条不紊地梳理出一条独特的品牌发展路径。

早在2011年11月,合肥三洋提出“532”战略之时,帝度品牌便开启了征战高端家电市场之路。在品牌推向市场伊始,帝度率先向品质端发力。

合肥三洋副总裁、营销公司总经理章荣中告诉记者,国际化高端家电品牌帝度正处于市场强化的关键发展时期,携手林志玲作为品牌代言人所带来的品牌新能量,将与“帝度冰箱——中国极地科考队专用冰箱”的品质背书共同发力。

在品牌营销端,帝度从来不乏推陈出新。从签约南北极科考队到中标央视黄金广告亿元大单成为行业标王,帝度将家电行业营销创新带入了一个新的思考领域。如中国家电协会理事长姜凤所言:“帝度用自己的笃定和对市场的准确判断走出了一条差异化的品牌营销道路,同时也为行业的其他品牌树立了一个全新的典范。”

帝度,一个正在崛起的国际化高端家电品牌。当初那个由全球顶级设计师创造出的外观元素,被赋予了美好、希望、欣欣向荣的力量,象征着地平线的第一缕曙光,如今正渐变成一轮红日喷薄而出,其道大光。

从帝度诞生之日起,至签约国际一线明星林志玲形象代言,这一路走来,不仅凸显了合肥三洋自主品牌的崛起雄心,同时也裹挟着中国家电行业拓展全球版图的殷切愿景。

征途之上,雄关漫道,然而在合肥三洋精心构建的崛起大格局下,帝度的发展势不可挡,如河出伏流,一泻汪洋。

■ 本版组稿 郭伟 林娜 李春阳



国际一线明星林志玲出任帝度品牌形象代言人



合肥荣事达三洋股份有限公司董事长金友华致辞



林志玲大秀书法“我爱帝度 帝度加油”，与金友华题写的“三洋开泰，帝度生辉”交相辉映



林志玲(中)和董事长金友华(右)、副总裁章荣中(左)在发布会现场