



百大家电：放心家电

访百大家电分公司经理赵来娟

对于整个家电行业在 2006 年的变化，杭州百货大楼家电是看眼中的，我们百大家电也在随着市场的变化，改进我们的服务质量和策略。杭州百货大楼开业十七年来始终坚持“信誉恒一、服务第一、品质如一，百分之百为大家”的服务理念，以人性化的商业购物环境，赢得了广大消费者的厚爱和社会公众的认可。而百大家电更是凭着多年来“放心家电”的美誉而扬名。在面对连锁卖场与传统百货家电争夺客源日趋激烈的竞争趋势的今天，百大家电坚持立足生活，以人为本的创业精神，以尊重顾客、尊重员工、尊重供应商为创业的灵魂。找准比较优势，构筑竞争优势，打造产品优势，做大做强，在激烈的竞争中，凭借着优质的售前、售中、售

后服务更好地投身于杭城的“和谐创业”中。

售前、售中、售后是一个相辅相成不可分割的一个整体。售前是售中的基础，百大家电凭借集自己独特的五大优势：信誉优势、资本优势、服务优势、资源优势、坚持以诚为本、建立和完善多项商品质量管理和考核制度，严把进货关，做到购物零风险，退货无障碍，为顾客提供实实在在的商品。在售前坚持以实为本，压缩经营成本，使每件商品的价格更趋合理，物有所值，让顾客从实实在在的价格中真正得到实惠。

售中是售前工作的结果，百大家电作为百货业的一张王牌，对内存优化库存管理，实现资金最佳周转速度，严把进货关，做到“以销定进”，认真分析库存，对一些滞销机，及时与厂商沟通进行置换或退机。

在经营中不断扩大自己的经营范围。目前大到平板电视、空调、冰箱、洗衣机、家庭影院，小到

吹风机、电饭煲，甚至连细小的自行车零件都能在百大找到，索尼、西门子、三星、松下、飞利浦、博世、三菱电机、大金、海尔、格力、美的等十几个国内外知名品牌齐聚百大，满足消费者多样化的消费需求。每次大型的促销活动都会推出更多的高端新品，更丰富的促销手段，如“满就送”、“买就赠”、“降价”、“返现金”、“抽奖送大礼”等，百大家电将依靠自己强大的销售终端与厂家强强联手，调集大量特价、低价、新品资源，通过“返现金”、“送红包”、“送赠礼”、特价机等多项实实在在的促销，满足节日消费需求。

售后是售前和售中的延续，优质的售后服务却更能体现一个企业为民服务的“诚信”，百大家电素来在杭城消费者心目中有着过硬的质量和信誉，在服务上也有独到之处。可谓是“送有百大的送货车，修有专门的维修部”，目前百大家电送货车备有 20 余辆，配备了 50 余名员工负责送货任

务，能完全保证你的商品 24 小时送到家，在服务中让顾客免搬运、免跟车，送货范围乃至周边 7 县。

百大家电特别设立了家电维修部，有 7 名经验丰富的专业高级维修人员为顾客免费提供有关家电商品的选购、咨询、使用、保养、维修等多项服务，是松下彩电、东芝彩电、冰箱等国际著名品牌的特约维修点。百大家电的目标是和消费者零距离接触，是全方位向顾客提供满意的服务，当有顾客不方便来店购物，或是没时间，电话购物又是一个大亮点，百大家电会为他们提供上门服务、收款服务。液晶、等离子是高科技产品，他们不仅主动上门服务，还会耐心教会消费者使用，只要消费者有什么不满，百大将及时派人处理解决，让 365 天，天天 3.15，让百大家电、放心家电真正服务于每位消费者。

文/丁艳

年终贺岁礼品 热销金条成主角



万隆贺岁金条铸就贺岁第一福

日历越撕越薄，新年的喜庆氛围越来越浓，贺岁礼品也热销起来，而不少人选择黄金礼品作为贺岁礼物。

黄金是中国人心理的金贵之物，中国自古就有收藏金条的习俗，这已经是一种民族文化和传统，人们用金条作为镇宅或传承子嗣的宝物，希望给家人带来祝福与平安，同时也是馈赠佳品。周大福、老庙黄金等杭州大大小小的黄金珠宝零售企业纷纷推出各自品牌的贺岁金条，一时间，金条成为贺岁礼品市场的主角。11 月 28 日，我省黄金珠宝零售业主力之一的万隆珠宝有限公司继 2005 年“金光大道”之后，再次推出“金玉满堂”旺宅金条。

记者从万隆珠宝有限公司了解到，今年推出的“金玉满堂”旺宅金条是在继承 05 年“金光大道”旺宅金条成功开发经验的基础上，融合更加丰富的文化和产品元素，具有鲜明特色的一款黄金贺岁礼品。为更好的体现祝福寓意，吻合中国人的传统文化和习俗，“金玉满堂”专门发掘了我国传统的五福演绎为文化内涵，将黄金与翡翠结合，取意金玉临门，福贵满堂。“金玉满堂”旺宅金条礼品全套由精品礼盒包装，附有收藏证书，并随礼盒赠送五福玉猪、开光《金刚经》护身金卡，设计精美，文化深厚，寓意吉祥。

本次万隆珠宝有限公司推广“金玉满堂”旺宅金条得到了全球最大的黄金推广机构——世界黄金协会的鼎力支持，加工和计量程序受到极其严格的管控，金条分为 10 克、20 克、50 克、100 克、200 克 5 种规格，均为 999 千足金，完美体现了黄金安全、保值、永恒的特质。

“金玉满堂”旺宅金条礼品组合中最让人眼瞩的是“五福玉猪”，玉猪以缅甸上等翡翠为原料，精雕细琢而成，玲珑剔透，憨态可掬，栩栩如生，配上吉祥的中国结，方寸之间流露着福贵祥瑞之气。作为绵延数千年中国玉文化的重要组成部分，翡翠被誉为玉中之王，与钻石、红宝石、蓝宝石、祖母绿并称“五大名宝”，自古就被赋予活力、健康、富贵、长寿的寓意。把黄金与翡翠共同作为表达良好祝福的礼品，福上加福，使“金玉满堂”旺宅金条的祝福寓意和喜庆气氛更加浓郁。

猪年是中国人心目中的“福年”，2007“金猪”年，祝福自然要比往年更胜一筹。随着年关将近，走亲访友，孝敬长辈，商务答谢等活动日益频繁，金条的高价值以及具有祝福和保值双重功能，令越来越多的人选择购买金条作为传递情谊和祝福的载体。万隆珠宝“金玉满堂”旺宅金条深度挖掘中国传统文化，将有相同文化传承和祝福寓意、但又品类不同的产品进行有机组合，在保证金条品质的前提下，在礼品文化开发和包装设计上独树一帜，上市伊始就获得了消费者的欢迎和热购。

文/中山无剑

美的空调：今年浙江拿了“9 个亿”的好成绩

访浙江美的空调销售有限公司总经理黄大乐

对于空调行业来说，一个新的冷冻年度（按照空调市场规律，从当年的 9 月到第二年的 8 月为一个冷冻年）已经开始了，回顾 2006 冷冻年度，原材料价格的大幅度提升、旺季市场的天气影响以及连锁渠道的兼并整合，使得 2006 冷冻年度的市场与往年有所不同。不过，虽然摆在我们面前的问题重重，但是美的空调 2006 年在浙江省却取得了不俗的成绩，我们完成销售额 9 个亿。

而且就在空调业 2006 冷冻年收关之际，我们美的空调又率先推出了明星新品——“清润星”和新品柜机。“清润星”将“无水加湿”和“换气加氧”两个系统的全新技术融合，实现空调的智能加湿、加氧。未来美的所有技术研发，都将以改变空气品质为准则，而不再是简单制冷制热功能。根据中国疾病预

防控制中心提供的检测报告显示，“清润星”一小时湿度可以提高 60%，随时向室内输入湿润、新鲜的空气，同时，“清润星”通过“净离子”空气净化系统，为我们提供了解决空气品质四个度（包括温度、湿度、空气流通速度及洁净度）的解决方案。

眼见着到年底了，又到家电销售旺季，随着空调行业的日渐成熟，空调行业的营销策略也开始回归产品本身。在此我想对那些准备购买空调的消费者提几点建议：首先在选购空调时要选对品牌。有品牌的空调，在售后服务等方面都有保障，如果为了贪图便宜，买了一款没保证的空调，那么一旦厂家倒闭了，连售后服务都会成为问题。其次在选购空调时要选择适合的产品，目前空调产品的差异化越来越大，所以大家在选购空调时一定要

根据自己的实际需求来购买。比如室内抽烟的人比较多，那么就适合选择换气型的空调。又比如空调使用频率比较高的话，应该选择具有变频功能的空调。

2006 冷冻年美的空调“逆市飘红”成绩的取得有赖于美的去年底以来实施的“经营转型，管理提升”变革运动。对于美的这样空调业的领军企业来说，应该率先将价格优势转移到技术优势上来，从而引导行业的理性、良性发展，提升企业的经营质量。我预计，2007 冷冻年度的新品将多以高端空调为主，企业在不放弃低端空调的前提下，将主推中高端机型。而且从整体市场变化来看，目前国内空调前三甲中，美的空调以其灵活的机制取得了显著的优势。

文/肖红



美的空调 07 年新款清静星 2 系列