

消费短讯

名角美颜 缔造完美

4月27日,金火集团名角郑州办事处2007年年会盛大召开。据悉,此次年会的召开,标志着金火集团名角女士护肤美容养生馆在河南历经了八年的风雨,同时开启了名角营造大格局、谋求大发展、寻求新突破的巅峰计划。

金火集团是一家以开发、营销国内外高科技、名特优新产品为主的综合类大型现代企业集团,名角系其下属的女士护肤连锁店,在上海青浦工业园区拥有占地三万平方米的生产基地,六条现代化自动控制流水线,现已在全国成功发展专业美容店3000余家,拥有28000余人的专业美容师队伍,形成了优势的网络资源,成为国内专业线市场大众品牌中规模较大、产出可观、存活率较高、运营绩效比较优秀的少数化妆品企业之一。

在实际经营的过程中,集团公司倾注了大量的时间成本与管理成本,由此形成了一定的“名角”通路品牌的知名度与美誉度。名角秉承集团“事业恒久远,真诚换真情”的服务理念,不断引领行业时尚潮流,以社会责任为己任,以优质的产品、精湛的技术、完善的服务,长期以来持续关注和呵护着中国爱美女性。

赵佳

白象登上世界之巅

5月8日上午,奥运圣火首次点亮世界最高峰,西藏登山队著名女登山家吉吉与她的10多名登山突击队员共同创造了奥运圣火登上世界第三极的新纪录。白象食品集团眼光敏锐,捷足先登,董事长姚忠良先生尤其欣赏吉吉过人的胆识和出色的英雄事迹,高瞻远瞩,签约吉吉,第一个“抢走”年轻的登山女英雄吉吉,聘请她为代言人。

众所周知,登山专用食品必须确保队员们的营养,克服高寒、高海拔带来的诸多困难,具备高热量、高营养等诸多苛刻要求,并且还要适合队员们的口味。为确保方便的高质量,研发专组跟随西藏登山队,从郑州出发,远赴千里之外的登山队训练基地,转战于拉萨与昆明之间,吸取了川、湘、鲁、粤等菜系的精华,最终打造了世界上首款具有高钙、高能量的运动型营养方便面——白象8848大骨皇。姚忠良表示:“我们选择吉吉作代言,胜过众多演艺明星。她的坚忍不拔、敢于挑战的品质正是中国民族企业走向辉煌的精神支柱,吉吉的事迹能够鼓舞所有中国人的心。”

章华

市场热点

五一小长假消费新特点

——团购家电成趋势

今年五一假期“缩水”,并没有影响消费者的消费热情。消费者在家电购买上呈现新的趋势。节前购买、团购作为新的购买方式被越来越多的消费者接受;时尚白色小家电受人们的追捧,销售提升速度最快;品类上,空调购买向国产品牌集中,彩电、手机则相反,合资所占比例超过国产。

节前购、团购家电成趋势

尽管今年假日缩短,短途出游仍然是消费者过五一的主要方式之一。为保证五一假期购物、出游两不误,更多的市民选择在节前购买家电。持币观望,等到五一才买家电的消费习惯已经逐步改变。记者发现,除了手机、数码等出游装备节前购买明显外,空调、彩电、冰洗等产品也在节前就出现销售小高潮。

前就出现销售小高潮。

据介绍,团购正在成为人们购买家电的一种方式,各大家电卖场的团购无论是人气还是销量都比去年有所增长,消费者自发组团、团购网会员组团集体购买非常普遍。专家表示,受假日的调整,消费者购物越来越理性,提前买家电、团购家电也越来越明显,甚至成为一种主要的家电消费趋势。

时尚小家电受消费者青睐

与往年不同,今年消费者小家电购买热点不再仅仅是传统的电饭煲、电风扇、微波炉等传统厨房小家电,饮水机、空气净化器、榨汁机、豆浆机、吸尘器、剃须刀、吹风机等家居小家电、健康美容小家电也成为热点。

随着人们生活水平提高,消费者家里的小家电从两三件增加到十几件,甚至更多,小家电更成为提升生活品质的工具,

人们对新式小家电的需求使得五一期间白色小家电异常火爆。

白色小家电热销有其内在理由,一方面随着环境的不断恶化和生活节奏的加快,人们健康意识和对方便快捷的食品需求逐步加强。榨汁机、豆浆机作为健康快捷食品的加工工具备受消费者的关注,净水设备、空气净化设备作为家庭安全饮用水和室内清洁环境的缔造者也逐步得到消费者的认可,五星拿出专项资金,“以顾客为中心”从顾客需求出发促销,健康时尚小家电在五一集中爆发也是情理之中。

国产空调牢牢占据市场主流

空调作为五一期间购买率最高的品类之一,整个五一的购买呈现爆发趋势,是同期销量的300%,消费者在购买品牌上也呈现出比以往更高的集中度,国产空调牢牢占据市场主流。

专家介绍,目前空调市场上中国品牌占主导,国内各大生产厂家已经完全掌握空调行业领先技术,合资品牌无法像彩电那样,通过垄断核心技术进而获得更好的占有率,加上国内格力、美的的生产厂家规模化的生产,使得在价格上比合资品牌要低很多,因此国产空调市场占有率要高很多。这也从中显示出,国产大品牌在经过几轮的市场洗礼后,终于凭借较高的性价比赢得了消费者的青睐。

彩电、通讯合资品牌全面领先

与空调不同,彩电、手机则更集中在合资品牌,消费者购买这两大类产品更喜欢购买合资品牌,尤其在手机品类表现更为明显。

在彩电方面,今年彩电品牌之间的竞争,已经由合资与国产之间的竞争,转向合资之间的品牌竞争,消费者购买彩电更加倾向合资品牌。刘刚

国产品牌回归等离子阵营

中国电子商务的调查数据显示,等离子的高性价比优势开始在三、四级城市市场得到充分体现,需求量增速达139%。也许等离子电视的春天又将再度来临。

虽然包括索尼、东芝、先锋等已退出等离子而专注液晶电视,其他企业也表示将减少等离子电视产量;虽然现阶段液晶、等离子电视在国内城市市场份额稳定在10:1;虽然2007年等离子电视市场一度陷入负增长;但根据业内人士预计,等离子电视会在2008年加速增长,达到77%的增速。因为32英寸等离子电视作为推动因素,使得厂商在这一方面的信心得到了恢复。



中国等离子曲折前行

中国彩电在CRT时代之所以具有竞争力,最主要的原因就是国内具有一套完整且具竞争力的供应链体系。但是到了平板时代,中国企业的优势一夜之间消失殆尽。

由于等离子技术不开放,最初中国的平板电视主要是液晶电视,以至于人们一提到平板电视就会想到液晶电视,消费者观念已经形成。夸父企业管理咨询机构顾问刘步尘表示,在中国,液晶平板电视的销售数量是等离子平板电视的12倍。刘步尘认为,上游供货商稀少是中国等离子发展一度举步维艰的主要原因。

动态画面使等离子回暖

2008年北京奥运会使等离子找到了新的发展契机。市场分析人士认为,抓住“高清奥运”,将是等离子电视重振市场的突破口。专家表示,等离子电视具有轻、薄、对比度高、层次丰富、色饱和度和色彩还原度特性好等突出优点,对眼睛健康保护特别好。尤其是PDP电视具有动态

清晰度高、动态图像无拖尾的特性,成为收看奥运赛事的首选。

据调查显示,2008年一季度,国内平板电视消费继续保持稳步增长态势,需求量大达210万台,同比增长26%。其中液晶电视190万台,同比增长24%;等离子电视10万台,同比增长98%。

国产品牌回归等离子阵营

其实奥运会只是一个利好,业内专家认为以下三点是等离子迎来春天的主要原因。

首先,等离子产业链的建设有了实质性突破。南京熊猫电子集团的PDP面板产业化项目已于2007年年底开工建设。长虹虹欧PDP项目将于奥运前正式投产。这对苦于一直没有自主的大尺寸电视面板和关键核心部件的中国彩电业而言,无异于久旱之后的一场甘霖。目前,除长虹、海信这两个一直坚守等离子阵营的国产品牌继续加大对该领域的投入之外,一些曾经一度淡出等离子电视领域的国产品牌也正在回归等离子阵营。

其次,日韩等离子面板上游企业加大了对中国市场的投入和供应力度。多家PDP巨头在中国推出了32~37英寸PDP面板,又一次突破等离子不能做小和产品非高清的框框。

再次,政府的态度使各大企业加大对等离子市场的投入,许多厂家在春节后明显加快了等离子新品的推出速度。厂商的信心正在快速复苏。据相关资料显示,中国是等离子电视销量唯一下降的地区,在这种情况下,各厂商仍力推等离子产品的重要原因之一就是政府的态度。据了解,从国家显示技术的整体布局来看,需要“包括液晶、等离子、OLED等多种显示技术一起发展,从而形成综合产业布局”,这也是2007年原信息产业部实施“平板显示器件产业化”专项工程的基本思路。按照这个思路,国家将推动建设等离子显示屏及模块生产线,以技术引进和自主开发相结合,重点发展42英寸以上的等离子显示屏、驱动电路及模块,并鼓励引导设备和专用材料的开发和专业化。

专家预计未来半年,在中外品牌彩电企业的合力助推下,等离子市场将会有突破性的改变。张远惠

消费看台

高清电视五一热卖

看奥运 如何选购全高清液晶

奥运开幕在即,本届奥运会首次全程采用高清转播,这让中国数字电视产业步入快车道,高清平板电视需求增势明显。来自家电卖场的信息显示,今年五一小长假期间,国产品牌平板电视销售情况普遍较好,与之相对应,自4月30日起的数个交易日内,TCL多媒体(01070.HK)、创维数码(00751.HK)等彩电企业在二级市场上的股价纷纷大涨。

如今在上海、北京这样的一线城市,平板电视已经进入成熟普及期,有超过90%购买彩电的顾客首选平板电视。在即将举行的奥运会的带动下,从4月初开始,运动高清成为平板电视消费市场的新趋势。

全高清

优质画面的保证

在业界大炒全高清概念的时候,消费者对于“全高清”的概念理解是模糊和不全面的。“全高清”从显示屏体上讲,指的就是在市面上经常可以见到的“FULL HD”屏;从显示技术上讲,全高清液晶的物理显示分辨率要达到1920×1080P,也就是水平方向的分辨率要达到1920个像素,垂直分辨率要达到1080条扫描线。据专家介绍,所有通过高清检测认证的电视都会被授予“高清认证”标识,所以在选购时,一定要注意产品上是否有CESI“高清认证”

标识,只有具备该标识的产品,才是真正经过验证的全高清产品。

大屏幕

观看赛事视觉享受的保证

有市场调查数据显示,近八成消费者会选择在家里通过电视机观看奥运赛事,其中原因除奥运门票难求外,电视观看赛事相对于现场观看则更清楚了,而且还有专业解说。想真正享受到高清赛事的精彩体验,专家推荐选用以52英寸为代表的大屏幕液晶电视。因为大屏幕全高清液晶的画面解析度更强,能真实再现画面的细微变化。而且,大屏幕液晶更方便家人亲友同时观



赏,如果再配上旋转底座让屏幕轻松转动,则更适宜家庭和体育发烧友选择。

合理价格与优质售后

放心购买的保证

在产品同质化日趋严重的今天,产品的价格与售后服务成为了决定消费者购买的重要因素。一味追求高价与纯粹的功能都不应该成为选购的标准,只有真正的高性价比产品才是最佳选择。

再看售后服务,多服务网点及稳定的专属维修工程师队伍,畅通的服务咨询渠道等,可为您解除后顾之忧。

张良

技术前沿

洗涤效果将添新标尺

近两年,洗净度成为了洗衣机企业热推的新概念。

全国家用电器标准化技术委员会清洁器具分会秘书长鲁建国认为,依据现在的国家标准,还不能对洗衣机的洗净均匀度这一性能提出要求及进行检测。

2004年3月1日,GB/T4288-2003家用电动洗衣机国家标准实施。该标准规定了几个主要性能项目——洗净比、用电量、用水量、噪声、含水率、无故障运行,并对这几个项目实行了分等分级。

但是,中国家用电器研究院综合检验部副主任宋力强指出,企业在追求这6个指标达到A级的同时,却忽略了另一个非常重要的项目——洗净均匀度,指洗衣机在洗涤过程中能够达到的均匀程度。虽然目前还没有标准正式提出这一概念,但是不可否认,这是一个非常重要的指标。

目前家用电动洗衣机标准修订的前期准备工作正在有序进行,全国家用电器标准化技术委员会清洁器具分会已经委托国家家用电器质量监督检验中心,进行洗净均匀度的数据搜集工作,标准修订起草组将在2008年下半年成立。届时,国家家用电器质量监督检验中心会增加洗净均匀度的提案提交起草组专家讨论,起草组将根据该提案组织企业和检测机构进行验证试验。预计修订稿将在2009年上半年审定,2009年下半年报批。

洗净均匀度作为衡量洗衣机洗净性能的一个重要指标,它的引入能够更加科学、全面地反映洗衣机的洗涤效果,对于规范市场行为具有重要的作用,将是今后洗衣机发展的一个方向。对于又好又快的发展,提高我国洗衣机产品的整体质量、保护消费者的合法权益、增强我国洗衣机产品的国际竞争力,发挥积极的促进作用。

王华



酒质安全:上紧的发条

惊蛰之后春意盎然,在一个高峰期后的底部,中原的酒业如同岁寒之后的小草开始向上攀爬!豫酒方面,在一个会师性质的集会之后,“质量安全”将成为本年度和利益利润同步起落的关键词。

4月中旬的河南省酒业协会七届三次理事会至今仍停留在许多酒业人士的记忆中。除大佬级人物蜂拥、抚今追昔、表彰先进的常规动作外,会议直指目前河南酒业存在的食品质量安全问题,并提升到落实科学发展观和构建社会主义和谐社会的层面上来。

人口众多的现状使我省当仁不让地形成了强大的消费集群,也相应催生出众多的酒类企业,根据2007年的统计,我省饮料酒注册企业为677个。这样的背景,博得了全国酒类生产大省和消费量最大省份的桂冠。从产业链、就业形势、经济总量比重等多角度看,质量安全正在成为制约河南酒业发展的瓶颈,当然,这也是全国的共性问题。

目前,豫酒阵营食品安全问题分共性与个性两部分。共性问题主要体现在中小企业检验检测能力有限,检测人员的素质有待提高,部分中小企业采购、检验等记录不全,甚至没有纪录。个性问题则包括个别白酒企业将固液白酒标示为固态法白酒,以次充好,低度白酒上架期间易水解等;少数啤酒产品的保质期达不到国家标准要求,纯生啤酒不按纯生工艺,生产容器不达标,瓶中有清洗剂残液等;葡萄酒用三精一水进行勾兑的问题仍没有彻底根除;傍名牌,设计与名牌产品类似的包装等“擦边球”现象还偶有出现等。

这些问题的出现,决非一两天的工夫,并且由于部门、个人以及地方税利的因素影响,即便出台一些律令与条例,对其作用几乎是隔山打牛。但是,眼下的事实证明,觉醒中的酒企已经逐步感觉到这些行径无疑于饮鸩止渴,大家的心里开始绷上了这根弦。

事关人民群众身体健康和生命安全,事关经济社会又好又快的发展大局,在未来的生产过程中,行业管理部门要逐步向各企业推进HACCP食品安全管理体系,即危害分析关键控制点,它是目前国际公认食品生产安全的最重要管理体系,是一种以预防食品安全问题为基础的食品安全管理体系,适用于鉴别影响食品安全的微生物、化学和物理危害,为食品生产企业提供了从原料开始到生产全过程控制,直到成品检验的食品安全控制办法,是较为可靠的食品质量保证体系。

豫酒的崛起,无论守土有责还是斩关夺隘,质量安全永远是一个底线。王见宾