

## 金立与全国131家零售商“结盟”

## 国产手机巩固品牌力量 深耕线下

如今,国产手机品牌正越来越注重线下与线上渠道的“平衡道”。

近日,来自金立的消息显示,其已与迪信通集团、三胞集团乐语通讯、国美集团、苏宁集团、浙江话机世界、河北国通等全国131家核心零售商“结盟”,成立“金钻俱乐部”,与共同开拓线下渠道的新局面。金立集团董事长刘立荣表示,今年将继续“追求产品领先潮流与体系盈利增长。”

青年报 姜卓

## ■ 资讯

## 大悦城举办“蒸汽工厂主题互动展”



3月8日,静安大悦城摩坊166“蒸汽工厂主题互动展”正式开幕。现场,蒸汽工厂的“多比蒂斯号”飞艇喷射着蒸汽,缓缓降落在摩坊街区,开启为期30天的蒸汽朋克之旅。无论是蒸汽朋克的粉丝,还是初次听闻的“路人”,都能找到心头之爱。3月10日,蒸汽工厂将首发揭晓“鸡”年限量新品鸡先生——糖鸡歌德,蒸汽王国又添一位新成员。届时,新品气球免签售会将一并举行。蒸汽工厂创始人项哲青也会亲临现场,与消费者分享自己的造梦故事。

据悉,坐落于上海静安大悦城北座8F和9F的摩坊More Fun 166,以手作业态、文艺活动,惊喜的场景体验,带给消费者丰富多元的玩乐体验。40余间风格迥异的店铺构造了集原创、手作、情调、风味、夜宵为一体的体验式街区。摩坊设有手作人街、霓虹街和未央街三个主题板块街道,充分满足当代年轻人追求独特的玩乐需求、美学情思和社交习惯。 青年报 王娟

达能获联合国  
妇女署主题奖项

3月8日,在联合国总部举行的纪念国际妇女节的特别活动上,好莱坞著名影星安妮·海瑟薇作为联合国妇女署亲善大使,强烈呼吁联合国会员国为母亲们提供带薪产假,消除女性赋权道路上的这一障碍。在其发言中,达能作为促进性别平等的积极推动者,得到了高度赞誉。

据了解,为了表彰达能在倡议全球男女平等中所作的杰出贡献,达能首席执行官范易谋被联合国妇女署授予“他为她”主题奖项。不久前,达能宣布推出其首个全球1000天育儿政策。从妈妈怀孕开始到宝宝成长至两岁的这1000天中,达能全球130多个国家与地区的员工均可享受统一的育儿支持政策。

据悉,这项新政策由三大核心部分组成,涵盖从孕期支持、超长育儿假到产后支持。值得一提的是,作为公司“包容与多样性”计划中的一部分,达能将为员工提供超长的全薪育儿假期。这项新规超出了一些地区现行的标准。达能将采用循序渐进的实施方式,并力图在2020年年底全面实施这项政策。

青年报 王娟

## 金钻俱乐部



## 保底3千万台 巩固品牌力量

“过去1年,金立已经通过M系列的‘超级安全’与‘超级续航’两大品牌资产建立了品牌壁垒,用差异化的营销策略,在政商人群中巩固并提高金立的品牌地位,接下来将会在追求‘极致设计、潮流科技’的S系列上的加大投入,聚焦年轻时尚用户,为零售商创造新的市场空间。”金立集团副总裁俞雷在近日举行的“四海一家”金立集团2017年“金钻俱乐部”战略启动仪式中表示,金立未来的计划是以M系列“筑城”,不断提高品牌壁垒,以S系列“拔寨”,不断创造新的客户群体,致力于打造高品质、高美誉度的国际化品牌。

针对目前国产手机行业的发展形势,金立集团董事长刘立荣表示,金立今年国内市场的经营目标是:国内保底3000万台,挑战3800万台,并且追求产品领先潮流与体系盈利增长,“这些目标都离不开合作伙伴的大力支持”。

在消费升级的大背景下,消费者的消费理念更趋成熟,越来越多的人愿意为高品质的产品买单,并且需求日趋多样化与个性化。

而消费升级也必将会带来产品服务的升级,对于手机行业而言,线下零售店为消费者提供的售前、售中、售后一体化的服务有不可替代的价值。据悉,全国地级市、县和乡镇市场有近7亿消费者,占中国总人口60%。相对于已近饱和状态的一二线城市而言,这些快速成长的市场拥有巨大的潜力。“金钻俱乐部”的成员基本覆盖了中国线下手机市场的所有核心零售商,他们在各自区域拥有广泛的覆盖率、影响力和服务能力。金立与131家“金钻俱乐部”成员的强强联手,将共同为消费者提供高品质的产品与服务。

## 持续深耕线下渠道

现场,金立集团与131家金钻成员共同签订总数为413万台的2017年度销售目标。

金立集团副总裁邓莉表示,金立集团将为131家“金钻俱乐部”合作伙伴提供多项专属权益,最终提升其规模和利润,共同为消费者服务。

“具体而言,金立将开放品牌力、产品力和渠道服务能力,帮助‘金钻俱乐部’合作伙伴进一步提升规模,并通过明星产品首销、专属产品尊享、独家定制产品等产品资源特供的方式,进一步提升金钻合作伙伴的利润,”邓莉表示。

据了解,在金钻俱乐部的成员中,有很大一部分是具有代表性的全国连锁店与区域连锁店,比如,三胞集团旗下的乐语通讯以通讯和智能产品销售、服务为核心已连续多年入围中国连锁百强,目前业务覆盖230多个城市,拥有约2000家门店,年销售额超过120亿元;而总部位于浙江杭州的话机世界集团,在浙江、安徽等地拥有500多家直营门店,入选中国民营企业500强、中国服务业500强。金钻俱乐部所有成员门店将组成一张

巨大的网,与金立自有门店编织在一起,更好服务于金立手机的用户。

作为手机行业中最早自建线下渠道的品牌,经过15年的发展,金立已经在中国市场实现了从一线城市到县乡镇地区的全覆盖。

据悉,目前,金立在全国有超过10万多个合作网点、7万多个专区和30余万节专柜,同时配备了7万多名专业导购人员。此外,金立还在2016年将线下渠道与运营商体系进行融合,与中国联通达成全面战略合作协议,树立了“全产品+全渠道+全营销+全联动”的手机品牌与运营商的合作新标杆。

业内认为,“金钻俱乐部”的成立,体现了金立以开放共赢的态度,持续开拓线下渠道的决心,“过去1年,以金立为首的国产手机品牌借助在中国线下市场的深耕,取得了不俗的销售业绩,这种互利共赢、共同协作的努力也将成为手机行业布局线下市场的新模式。”

## 中民新能欲开创家庭清洁能源发展新模式

青年报 王娟

3月5日,中民新能家庭清洁能源体验中心开幕。据悉,在这里不仅能了解到清洁能源广阔的应用前景以及几何式增长的市场规模,还可以深入感知行业最前沿的发展概念和最先进的技术模式。通过该体验中心,中民新能将向大众展现家庭清洁能源发展的全新模式。

据悉,该体验店将以极具冲击力的影像,将环境能源的现状、数据走向乃至对人类生存的危害直观展现,让体验店的每一个人都能切身感受到能源危机的严重性。

据中民新能相关负责人介绍,正是出于这一原因,中民新

能致力于推动国内新型清洁能源市场,一方面是加强政府层面的合作,助力市场规模的迅速扩张;另一方面,也在不断下探个人消费市场,尤其是注重大众领域的普及推广,将节能环保的理念塑造为引领时代潮流的风向标。中心将在营造店内沉浸式场景体验的同时,以实体店的概念向消费者传递关注环境、节约能源的绿色环保理念,引领节能环保的时代新风尚。

有关数据显示,近两年中国家庭安装太阳能等清洁能源发电系统的数量越来越多。家庭安装太阳能发电系统已成为中国发展分布式太阳能系统的一个主要着力点。以上海为例,安装家庭太阳能发电系统可以得



到国家和市级的双重发电补贴;安装一个太阳能发电系统的投入,可在5-10年内,通过售卖给电网电力收取的费用和节约的电费中收回。

据了解,为了激活个体消费市场的能量,中民新能一方面通过产品定制化来满足日益多样的家庭清洁能源需求;另

一方面整合集团资源,创新金融服务,例如:4+金融服务体系,为用户提供更多资金支持。目前这种个性化加普惠化的模式已颇具成效,中民新能相关人士表示,未来家庭清洁能源产品应该更像汽车、手机之类的消费品,而不仅仅是一个工业产品。