

# “荣事达”品牌继续焕发活力 冰洗产品售后不受任何影响



省城市民周巧英用荣事达洗衣机已经好多年了,不但自己家用,给女儿的嫁妆里买的也是荣事达洗衣机。最近她听说荣事达年内即将跟大家“说再见”,她心里便有了不少疑惑。“荣事达”,这个释义为“王冠之星”的明星品牌,在企业渐行渐远之际,又将何去何从?老用户的权益又将谁来保障?

针对消费者的诸多疑问,本报记者日前采访了合肥市国资委、美的集团以及荣事达集团,对相关问题给予了全面的解读。

记者 宛月琴/文

## 疑惑2

### 荣事达品牌是否“烟消云散”?

**解惑:**企业重组但品牌依然存在和发展

2011年3月21日,合肥市召开国资工作会议,确定在今年将全面完成荣事达集团清算关闭的后续工作。那么,伴随着荣事达集团清算“脚步”的前行,这个曾最负盛名的品牌会不会也“烟消云散”?

回顾荣事达的“清算之路”:从2004年开始,荣事达品牌的各种产品开始易主。2009年5月,合肥招标投标中心发布了荣事达集团旗下6家公司国有股权的挂牌转让公

告,意味着荣事达集团抛售国有产权达到高峰。

一年后,美的控股的小天鹅通过增发,完成对合肥荣事达洗衣机的收购。至此,合肥荣事达洗衣机最终成为小天鹅旗下的三个洗衣机品牌之一。

“对于美的集团来说,荣事达冰箱和洗衣机业务目前已经取得了市场的广泛认可,无论是品牌认知度还是市场占有率和几年前相比都有很大的提高。”

## 疑惑1

### 荣事达集团为何“退出舞台”?

**解惑:**资产清算仅限于荣事达集团部分,而与品牌无关

Royalstar——“王冠之星”:意味着尊贵、高尚、辉煌和最高价值,其音和“荣事达”接近。就这样,“荣事达”走进千家万户的家里,辉煌一时。

时光回溯到1992年12月30日,第一台“荣事达”牌洗衣机走下生产线,标志着“荣事达”品牌正式诞生。公司创办6年后,荣事达洗衣机产量突破200万台,夺得洗衣机行业产销量连续四年全国第一的桂冠。从1993年开始,荣事达与美菱,渐渐声名鹊起,成为家电业“合肥家电双雄”。

此后,在长达近20年的发展历程中,荣事达集团曾先后和国内外多家知名大企业合资合作,设立了9家合资企业。荣事达的主导产品洗衣机、电冰箱产销量曾一度稳居行业前三和前十位的位置。

但是,从本世纪初开始,由于种种原因,荣事达集团与国内一流家电集团的目标渐行渐远。为了盘活国有资产,在合肥市国企改革规划中,荣事达集团被列入重点,一度拥有20多家子公司的荣事达集团,目前走到了资产清算的边缘。

## 疑惑3

### 荣事达品牌最终“走向”何方?

**解惑:**美的整合后的冰洗业务将大力发展

美的控股相关人士透露,美的与荣事达重组合资公司时,承诺继续使用荣事达品牌,这是当初双方达成合作的关键点。

据了解,荣事达与美的在股权转让协议中曾明确规定:重组后的合资公司,无偿独占使用荣事达品牌(仅限于

电冰箱洗衣机产品);对荣事达品牌坚持使用、发展、提升的原则,原则上荣事达品牌在合肥生产的销售量不低于2003年产量;合资公司无偿使用美的品牌产品,将合资公司作为美的品牌冰洗产品的发展平台;合资公司生产的美的品牌产品,由合资公司负责销售。此外,股权转让协议还规定,五年内,合资

公司投资10亿~15亿元,建设美的荣事达冰洗产业园,达到年产销电冰箱300万台、洗衣机500万台的规模。

实际上,早在2007年11月,美的首次推出“美的”品牌洗衣机时,美的的洗衣机事业部总经理王金亮就明确透露,在洗衣机销售市场上,他们将同时实施“荣事达”和“美的”的双品牌战略,并将大力发展。

## 疑惑4

### 荣事达产品售后是否会“无人问津”?

**解惑:**荣事达冰洗业务售后依然在美的集团整体规划下快速前行

对于很多像周巧英这样的荣事达老用户来说,并不会因为荣事达集团的“退场”而让自家的冰洗产品没了“娘家”。

伴随着2009年11月美的的制冷家电集团对旗下的空调、冰箱、洗衣机营销渠道进行整合,建立中国营销总部,以一个团队完

成三大产品线的市场营销,短短5个月时间,美的大白电营销渠道整合,不仅给美的内部带来了营销资源的整合利用、营销团队战斗力提升、市场竞争力的成倍提升。

据美的的相关人士介绍,通过营销整合之后,美的正将此前在空调领域积累的完善销售网络、售后服务体系、特色营销手段和市场策略,快速地向洗衣机、冰箱等

市场领域进行迅速扩张。据了解,美的在2010年3月初推出的“三大品类一站式免费上门”服务,正是借助此前在空调领域推行多年的免费上门深度清洗业务,向冰洗产品进行复制。此举也打破了多年来冰洗家电产品不存在免费上门保养和清洗的“行业惯例”,以“特色服务”模式,悄然展开了美的在冰洗市场的全面发力。

## 居然之家倾情打造第二届定制类家居文化节

3月份居然之家缤纷多样的促销活动让很多消费者至今都印象深刻,因为在居然之家不仅能享受到实实在在的优惠,更能体验到别样的居家艺术和温馨。转眼来到四月,居然之家在这个鸟语花香的装修旺季又给广大消费带来哪些惊喜呢?消费者是不是还能继续享受到居然之家特殊的“礼”遇呢?

答案是肯定的。据笔者了解到,居然之家将在4月16日至17日期间举办第二届定制类商品文化节暨木门、橱

柜、移门衣帽间厂价采购节。据商场负责人透露,此次活动优惠力度空前!消费者将再次享受到居然之家的特惠盛宴,所以请广大消费者绝对要把握好这次机会。

**盛宴一:**来就送大礼。活动期间,商场百余知名品牌促销大让利,消费者无需购物,进店就送万元装修基金券(数量有限,送完即止)。

**盛宴二:**订单有礼。活动期间,交300元订金,即送价值300元礼品一份。

**盛宴三:**全场购物再送礼。活动期间,顾客交款满3000元即赠送价值100元礼品,满6000元送价值200元礼品,满12000元送价值400元礼品,满24000元送价值800元礼品,满50000元送价值2000元礼品,满100000元或以上送价值4000元礼品,多买多送,豪礼不断。

**盛宴四:**家装公司满1000元返100元市场通用券,还有百名家装设计师来到居然之家活动现场,为装修业主答疑解惑,为您的爱巢出谋划策。

**盛宴五:**居然之家《购物全场通》2011本限量发放。即在2月19日至4月30日期间消费积分,在所有优惠活动的基础上最高可再获价值5000元的精美礼品。

**盛宴六:**活动期间会员卡免费办理并享受双倍积分,还可到居然之家网站兑换礼品。

宽阔的徽州大道一路向南驰骋就可以来到位于滨湖世纪城的居然之家,乘坐快速公交1路、公交18路、26路、60路均可直接到达。