



宁波方太厨具有限公司总裁 茅忠群

茅忠群：方太只做高端第一

“方太只在乎做高端第一品牌，不在乎其他第一是哪个品牌占据了。”茅忠群称，并对美的、西门子等综合家电巨头杀入厨电行业表示“欢迎”，期望家电巨头们加入厨电行业后，能让厨电行业竞争更加有序。

业内人士指出，厨电市场已成为中外巨头争夺的焦点。科龙、海尔、美的、西门子等国内外大家电品牌早已开始大举入侵厨卫电器行业。据中怡康发布5月监测数据，方太的抽油烟机在高端市场的零售额和零售量稳居高端市场的榜首。其中，销售价位3000元以上的抽油烟机，方太零售量和零售额市场占有率分别为30.8%和32%，在4000元以上市场，方太零售量和零售额市场占有率分别为38.2%和38.8%。

“方太只在乎做高端第一品牌，不在乎其他第一是哪个品牌占据了。”茅忠群称，并对美的、西门子等综合家电巨头杀入厨电行业表示“欢迎”，期望家电巨头们加入厨电行业后，能让厨电行业竞争更加有序。对于此前提出“方太考虑收购西门子的厨电业务”，茅忠群表示在“十二五”期间内不会考虑并购，而以后的并购对象将会是高端的厨电品牌。“方太的长远目标是成为受人尊敬的一流高端品牌，成为中国厨电专家与领导者，而目前方太的产品尚未成型稳定，还要继续专注于高端产品的研发，暂不考虑上市。”茅忠群如是说。

在家电行业整体增速放缓的环境下，方太的高端市场销售

方太销售额逆市增长

中怡康2011年上半年家电行业市场分析报告指出，2011年上半年中国家电市场销售规模达6123亿元，较2010年上半年增长了12.8%。与去年同期增速高达23.9%的情况相比，今年上半年的整体市场增速下滑了11.1个百分点。其中吸油烟机、燃气灶、热水器等厨卫产品受房地产市场低迷影响，2011年上半年销售额同比增长分别为7.1%、8.3%、7.2%。

在家电行业整体增速放缓的环境下，方太的高端市场销售

责编:王萍 编辑:王长才
版式:张彤 校对:阳红
2011年10月17日 星期一

ZHIYEJINGLIREN

职业经理人

袁岳：乔布斯怎样震动我们

我们真正被乔布斯震动的是，乔布斯做的一切似乎只有乔布斯能做到，即使他最亲近的人，即使他选择的接班人，即使他创造的公司，即使那些帮助他获得成功的团队成员，我们都不相信他们能做到乔布斯能做到的。

乔布斯死了，但是他几乎成了第一位让全世界如此震动与怀念的企业家。他究竟为何对于我们有如此的震动？

首先，乔布斯再一次提醒了我们活着的意义在于带给这个世界意义。如果不是英年早逝，乔布斯的传奇也许还没有那么震撼，面对着一个56岁离开人世者的所作所为，他让我们重新思考人生的价值。很多人注意到他对于我们将会死去的警告，绝症让他如此多地谈论了生死的意义，在这个时候他告诉我们为何要不断地挖掘自己的潜能，听从自己内在声音的重要。

其次，乔布斯是个真正把创新变成

了贯穿人生的人。世界上绝大部分的人，随着自己年龄的老去而老去，他曾经创新一次就已经不简单了，而乔布斯的人生是在不断创新与探索中延续的，这不意味着尽是成功，但意味着从不停息与放弃。所以大多数的人年轻过、创新过，然后随自己的年岁老去；有的人甚至从未真正探索创新过，在生命创造的意义上来从未年轻过。而乔布斯则是一个不老的传奇，他让我们忘记他的年龄，让每一个人为他着迷，而他用的方法很简单，就是持续不断地创新，永远积极地怀抱出人意料创意。

再次，乔布斯告诉了我们真正的知识是在实践中获得的。他不是博士，他也没有尝试去得到最低的学位；他不是客座教授，不是国会议员，不是各种沽名钓誉的名义的拥有者；他从没简单地声称自己是成功人士，人们甚至也不用这样的庸俗标签去称呼他，社会总是期待他的下一个里程碑。他让我们的学

历与伪学历显得如此可笑，让我们的学问与伪学问显得如此无聊，让我们的名誉与伪名誉显得如此多余。乔布斯活在自己的梦想与追求中，他甚至就死在自己的梦想与追求中，他的最后一刻也像燃烧的慧星，明亮而激情。

最后，乔布斯的不可模仿。乔布斯的一切似乎都有方法，但当我们也去那样做的时候，似乎有点东施效颦；乔布斯曾经做到的，也有迹可循，但是对于他来说那是一个过程，可以写成教科书，但这样做的时候那就已经不是他的了，因为按照乔布斯的精神，那只是他的一个足印；乔布斯打破了很多传统，或者他不按照寻常的规矩办事，这不只带来他的成功，也带来他的失败，然而这似乎只有他那样人格超然强大的人才能承受，如果我们也这样生活与奋斗，我们甚至就没有了安全感与方向，因为我们习惯在指令与作业中生活，我们已经不相信自己有那么强大。

乔布斯的六大口碑和炒作营销法则

现在，一些读者一定已经厌倦了阅读众多关于史蒂夫·乔布斯遗产的故事和文章。然而，无论有多少文章多少言论在谈论伟人及其为后世留下的经验教训，都是永远不够的。在此，我想补充一下乔布斯在推销苹果产品时所成功使用的六大口碑（Word-of-Mouth，简称WOM）和炒作法则。

1、开发一种独特的产品。每一个苹果产品都向消费者提供了独特的价值，它吸收了竞争产品的许多独特优势——易用性、更多功能、互补产品的

获得，等等。以iPod为例，该产品比Zune的屏幕大，益于用户的眼睛；使用滚轮而非按钮操控，并能让用户访问规模更大的曲库。

2、释放正确的信息。苹果公司的产品不仅仅比同类产品表现更好，它们还将艺术和技术相结合，外观更美，使人们乐于随身携带，甚至向朋友展示。例如，消费者认为iMac电脑“时尚”、“时髦”、“非常友好”、“光芒四射”、“访问顺畅”以及“令人振奋”。

3、选准目标受众。苹果公司的产品

通常瞄准两类对于口碑和炒作活动最为敏感的人群：“敢为人先者”，年轻、躁动不安而又好奇的消费者，陶醉于新奇产品之中；以及“尝鲜者”，这类消费者总是在寻找能够提高自己个人和商业生活的产品——这个群体比“敢为人先者”更大，它是连接更为庞大群体的“早期大众”桥梁。

4、激发人们对于产品的兴趣和欲望。苹果成功地将艺术和技术融合，这给其产品带来了一种光环，能够激发人们对于产品的兴趣，且这种兴趣常常被

史蒂夫的产品预告所放大。

5、将兴趣变为欲望和激情。产品光环和预告，再加上有限的信息透露，能够将消费者的兴趣转变为欲望和激情，产生传染性行为和宣传，帮助产品迅速达到“引爆点”，进入大众消费市场。

6、保持宣传。苹果公司会通过提供下一代产品的线索，以及预告下一代iPod、下一代iPhone甚至是未来的产品线，来持续进行消费者宣传。

（文伍）

2011年,建党90周年、辛亥革命100周年首次齐聚,为永恒铭记15位开国元勋的丰功伟绩,国家特批发行——共和国史上最伟大、最崇高的“伟人组玺、中华玺王”

首套6公斤和田玉“共和国元勋国印金玺”盛世首发

■第一次揭秘尘封30年的国家特级文物“15位开国元勋国印宝玺”
■第一次动用6公斤国玉和田玉雕造“开国元勋国印宝玺大全”



15位开国元勋金印组玺镇佑江山,13亿中国人民争相抢藏!

开国元勋是新中国繁荣富强的奠基者,2011年藏宝玺一定要藏史上最全、最多的“15位开国元勋金印组玺”,永恒珍藏开国元勋的伟大功勋!

毛主席、周总理、邓小平等15位开国元勋的恩情比天高,比海深!我们永远不能忘记,我们要用最永恒、最高尚的方式铭记开国元勋的伟大功勋!为此,国家特批以秘藏30多年的伟人国印为原型,动用6公斤和田玉,百位玉雕大师纯手工雕造,我国第一套“开国元勋金印组玺”

震惊问世,堪称我国有史以来发行伟人宝玺最多、最全的“宝玺大全”,被专家誉为“中华玺王”!

采用6公斤和田玉、999黄金奢华雕造,“15位开国元勋金印组玺”护佑江山,福泽万民!

“开国元勋国印宝玺”包含一尊毛泽东主玺、四尊伟人玺及十尊元帅玺,主玺采用2公斤和田玉雕刻而成,玺钮双龙盘绕,苍劲威严,寓意2011巨龙腾飞,中国崛起;正面雕毛主席头像,底部篆刻“毛泽东”三字,14尊元勋副玺

■共和国五大伟人、十大元帅第一次集体登上“伟人国印宝玺”
■新中国第一次发行伟人最全、宝玺最多的“伟人组玺”

团聚在“毛泽东玺王”周围,顶部雕国徽图案,正面雕四大伟人及十大元帅肖像,底部篆刻伟人名金印,寓意4大伟人、十大元帅镇守四面八方,永保祖国江山不受侵犯,人民世代兴旺!

【价值解读】
一幅新尚谊毛主席画像拍出2016万,一尊“乾隆青玉螭龙玉玺”拍出4.8亿元!

坐拥“伟人题材、宝玺大全、国宝文物、奢华材质”四大价值亮点!

6公斤和田玉“开国元勋金印组玺大全”将来能换一座豪华大别墅!

价值保障一:纸张、铜铁打造的伟人藏品都拍出千万天价,6公斤和田玉打造的“开国元勋国印宝玺”可以直接换栋大别墅!

近年来,开国伟人题材藏品屡拍天价:2009年6月23日广州嘉德拍卖,新尚谊“毛主席画像”以2016万成交;2008年香港回归十周年慈善拍卖会,一座1997年名家创作的邓小平铜雕拍出250万元……普通纸张、铜铁打造的单个伟人藏品都身价千万,“开国元勋国印宝玺”是由6公斤和田玉奢华打造的15位伟人宝玺大全套,将来必将超越普通伟人藏品的升值神话,涨到168万、168万都有可能!

价值保障二:单枚帝王玉玺、名人印章身价数亿,15位开国元勋金印组玺更是15座永不贬值的特大金矿!

近年来,帝王玉玺、名人印章拍卖火爆全球:2010年6月,“乾隆青玉螭龙玉玺”在台湾以新台币4825万元成交!2002年4月,齐白石自用印章拍出2146万港元!15位开国元勋带领中国人民缔造了新中国,让21世纪的新中国屹立于世界之巅,其伟大功勋远远超越了历代帝王和当代名人!单枚帝王玉玺、名人印章都是身价数亿,多达15位开国元勋金印组玺,就是15座永不贬值的精神金矿,价值将迅速超越帝王玉玺、名人印章!

价值保障三:有国家禁止拍卖的“开国元勋宝印”撑腰,“15位开国元勋金印组玺”价值无法用金钱衡量!“开国元勋宝印”是新中国最伟大的红色宝藏,是国家禁止拍卖的特级国宝文物,仅史料价值和艺术价值都登峰造极,难以估量,若出现在拍卖会上,几十亿都不卖!

“15位开国元勋金印宝玺大全”以“开国元勋宝印”为原型,一次性将15位开国元勋国印宝玺全部藏齐,堪称中国收藏史上独一无二的大收藏,艺术价值不可估量!

价值保障四:6公斤极品和田玉打造的“15位开国元勋国印宝玺”价格已超几十万,就是一笔取都取不完的巨额存折!

和田玉是不可再生稀缺资源,几近枯竭!今年国家发布禁采令,和田玉更疯狂暴涨,年升值率达30%以上,被称为“疯狂的石头”,2011年每克极品和田玉价格是黄金的40倍!专家称:珠宝店内都是以克销售的小挂件,像“开国元勋国印宝玺”这样重达6公斤的和田玉大料以后很难见到了,在商场最少要几十万,再加伟人金印、大师纯手工雕刻等升值元素,如果不是国家限价,就是花10个、20个16800都不一定买到!

【直击现场】
送孩子送的是历史财富!送客户送的是英雄情怀!送朋友送的是红色记忆!

2011藏宝玺,一定要藏最全的“15位开国元勋金印组玺”!

我一定要多抢几套,留给孙子孙女,让他们从小就学习开国元勋伟大的精神!

黄大爷一到现场就抢走2套,激动地说:“毛主席、周总理等老一辈革命家的恩情比山高、比海深,没有开国元勋就没有我们今天的幸福生活!开国元勋的伟大功勋,我们要一代代传承下去!现在的孩子对革命伟人知道的太少了,买来留给孙子孙女,让他们从小学习开国元勋的革命精神,让这笔伟大的精神财富万代留传啊!”

【发行公告】

《15大开国元勋国印金玺》均配有中国国际收藏家协会监制证书、北大宝石鉴定中心检测证书、质量技术监督12365防伪查询证书、国立公证处出具的逐一证书、中国玉雕大师张红哲亲笔签名证书、专用收藏票。全国限量发行999套,统一首发价16800元/套。

收藏热线:400-081-0933(全国免费)
全国范围 免费配送 先验货后付款