

风雨同舟 阔步前行 共谋新篇

——2016 华美冰熊集团年度开盘盛典在黄山隆重举行

■ 本报记者 李代广 特约记者 宋 霞

10 月 13 日至 15 日,在中国 5A 级旅游景区、国家级风景名胜区、有“五岳归来不看山,黄山归来不看岳”之称的黄山,来自全国各地的华美冰熊代理商、客户代表以及各界新老朋友 700 余人济济一堂,共同欢庆“风雨同舟·阔步前行”——2016 华美冰熊集团年度开盘盛典。

披坚执锐开疆辟土, 迎难克难激流勇进

疲软的家电市场中,一群华美冰熊人迎难而上,以特有的坚韧和顽强的信念,披坚执锐,开疆辟土,书写华丽新篇,最终迎来一缕温暖的曙光…… 2016 华美冰熊年度开盘盛典在一部精心制作的微电影中缓缓拉开序幕。

微电影虽然只有短短 20 多分钟,却生动展现了华美冰熊人在过去这一年中,迎难克难激流勇进的精神风貌。面对风云突变的家电市场,华美冰熊人不断开拓进取,不断寻求突围捷径和发展新路,合理完善市场布局,加速产品更新换代,向移动互联网时代进发。

正如微电影展现的那样,过去这一年的中国家电市场遭遇寒流,越来越激烈的“冷战”已在全国遍地开花。传统的冰箱冷柜市场告别高速增长黄金期,行业发展进入新常态,马太效应在市场上进一步显现,“大洗牌”已是大势所趋。

在这种新常态下,华美冰熊人未雨绸缪,以一个警醒者的姿态,始终坚持以客户需求为导向,高擎产品主义的旗帜,全面提升产品性价比,苦练售后服务内功,迎合冷链市场发展大势,用一款款“好用、实惠、时尚”的产品赢得市场的尊重和客户的认同。可以说每卖出一台冰箱冷柜,都是对华美冰熊人努力成果的一次检阅。

百舸争流,奋楫者先。严酷的市场竞争让每一个华美冰熊人意识到,如果不能引领、驾驭这个市场,就有可能被这个市场抛弃。正是在这种强烈的市场危机意识鞭策之下,华美冰熊人风雨同舟,经受住了 2015 严酷市场的考验,向 2016 年奋勇前行。

二十年不离不弃, 携手并进共创未来

“让生活更美”,这是华美冰熊一直以来坚持的产品理念,更是对社会的一种承诺。在用户和代理商眼中,“让生活更美”实际上已经演绎为华美冰熊集团的一种“待客之道”——共同分享发展之果、生活之乐。

代理商一如既往的支持和信任,是华美冰熊集团长期以来成长的动力。从当年几个跑街串巷的小伙伴,发展到如今近万个遍布大江南北的销售渠道,华美冰熊一路走来,力求为创建和谐的商业合作关系树立一种全新典范。

有朋自远方来。本次年度开盘盛典,全国各地的华美冰熊代理商纷至沓来。他们中有的来自遥远的新疆、内蒙古等西北边陲,有的与华美冰熊十多年甚至二十多年不离不弃,也有与华美冰熊结缘仅仅几天却慕名而来的新人。此次盛典上,一大批代理商陆续走上舞台,迎来了属于他们的荣耀时刻——过去一年中,他们因为各

自对华美冰熊品牌作出的独特贡献而获得殊荣。

“虽然很多人感觉到市场疲软,但事实上中国家电市场最近几年仍然持强劲增长,2009 年的销售额是 1 万亿元,2015 年预计达到 1.5 万亿元。你们知道全国有多少家药店吗?140 万多家。如果每家药店需要两台医药柜,你们算算这是一个多大的市场?仅医药柜,过去一年我们的销售额就达到了 9000 万元。”华美冰熊集团董事长蒋端平对冷链市场的前景充满信心,并认为精细化、智能化将是今后产品的一个发展趋势。

医药阴凉柜、风幕柜、蔬果柜、鲜花柜、子母柜、立式风冷柜、商超组合柜……华美冰熊集团总经理黄勇通过产品的变化,向代理商展示了华美冰熊求新谋变的决心。“未来的市场在哪?如何去突破目前的瓶颈?”黄勇还就未来走势、市场策略、品牌打造、团队建设等话题与代理商进行了生动的分享。

逆水行舟,不进则退。中国冷链产品发展尚处于初期,随着国内绿色环保意识、生活水平的提高以及宏观政策对农业食品加工业的刺激,未来的成长空间巨大。正因为如此,华美冰熊将矢志不渝地推动传统制冷向高效制冷技术及系统解决方案地革命性转变,立志打造成为一家集研发、生产、销售于一体的全方位全领域一站式智能冷链解决方案服务商。

建立“三道”文化, 大爱无疆无畏前行

不忘初心方得始终。企业发展壮大的同时,华美冰熊集团始终不忘回馈社会,用一己之力来感化他人,推动社会进步。“人一定要有一颗感恩之心。我创业至今 20 余年,受到过很多人的帮助,才有了华美冰熊的今天。去帮助更多的人,让爱心薪火相传,这对我来说是责无旁贷之事。做人如此,做事业更应如此。”华美冰熊集团董事长蒋端平无数次动情地说。

汶川地震挺进灾区捐助孤儿,为众多贫困学子慷慨解囊,给家乡父老送去生活的温暖,向病危中的儿童及时伸出援手……华美冰熊集团至今已累资千万元投入慈善事业。长期行善过程中,华美冰熊集团汲取传统儒教文化的精粹,逐步建立了自己特有的企业文化体系——尊天道、敬师道、重孝道,简称“三道”文化,成为所有华美冰熊人共同的行为守则。

也正是在“三道”文化的指引下,华美冰熊集团成了一家有思想灵魂的企业。

不仅如此,近年来华美冰熊还积极倡导健康生活方式,不断向社会释放更多正能量。承办 2015 千岛湖国际毅行大会、组建“爱在路上”徒步队、成立华美冰熊马拉松队、全程参与杭城“百日百马”健康跑……华美冰熊集团通过一次又一次的努力,让越来越多的人重拾健康的生活方式。

华美冰熊集团董事长蒋端平更是身体力行,2014 年 12 月成功登上南极点以及南极最高峰,成为浙江第一人;2015 年 6 月成功登上北美最高峰——麦金利;2015 年 12 月还将冲刺南美最高峰——阿空加瓜。蒋端平一年中有 1/3 的时间是“在路上”——登山和旅游,他希望以这种方式告诉人们,快乐工作的同时更应该快乐



◆ 华美冰熊集团董事长蒋端平讲话

生活。

“从过去恐惧跑步到现在可以一口气可以跑完 38 公里,我只花了三个月时间,这就是不断挑战自我的结果。600 多年前徽商正是从这里出发走向全国各地,成为一个伟大的商帮,他们能够做到的事情我想我们也一定可以做到。”蒋端平分享了他的人生故事。正是在蒋端平的带领下,如今的华美冰熊集团从上至下都崇尚运动,成了一支名副其实的“虎狼之师”。

没有比脚更长的路,没有比人更高的山。迎接蒋端平的是“7+2”(全球七大洲最高峰以及南北极点)挑战之旅,迎接华美冰熊的同样是一场艰险的求变攀登之旅。只有心中充满大爱和斗志的人,才能无畏前行。

两大品牌比翼双飞, 领跑中国冷链市场

浙江华美冰熊集团旗下拥有“华美”、“冰熊”两大知名冷链品牌,立志打造成为集研发、生产、销售于一体的全方位全领域一站式智能冷链解决方案服务商,市场占有率位居前茅。

“华美”前身是华东地区的一个著名品牌,迄今已有 30 多年发展历史,在华东市场享有较高知名度。多年以来,“华美”凭借过硬的产品品质和超高的性价比,逐步赢得市场口碑,曾连续八年获得全国畅销国产商品金桥奖,并先后获得“中国驰名商标”以及“浙江名牌产品”等称号。

“冰熊”品牌诞生于 1986 年,曾是河南工业的一面旗帜,在北方市场享有较高的市场占有率和知名度,是与海尔、澳柯玛齐名的三大著名冷链品牌。进入新世纪,“冰熊”与“华美”两大品牌强强联手,组建华美冰熊集团,从而重焕市场活力,成为当前北方冷链市场中的一支劲旅。

“华美”、“冰熊”两大品牌比翼双飞的浙江华美冰熊集团,主动拥抱新技术,在智能家电领域寻求新商机;不断开发与客户需求契合度更高的新品,谋求新突破。浙江华美冰熊集团正加速攀登新高度,继续领跑中国冷链市场。



华美冰熊集团董事长蒋端平(右一)与受到表彰的经销商一起合影



华美冰熊集团年度开盘盛典上受到表彰的经销商和合作伙伴



华美冰熊集团年度开盘盛典上受到表彰的经销商和合作伙伴



华美冰熊集团年度开盘盛典上受到表彰的经销商和合作伙伴



华美冰熊集团年度开盘盛典上用于表彰经销商和合作伙伴的奖金



华美冰熊集团的经销商与合作伙伴在年度开盘盛典后组织徒步活动。



华美冰熊集团的经销商与合作伙伴在年度盛典后组织旅游活动。