

关键词：家电大战

“大件”从奢侈品变成日用品



时光退回到二三十年前,无锡老百姓家里最关注的消费品要算家电了。在新家庭的购物篮里,彩电、冰箱、洗衣机等家电是当仁不让的主打产品,被无锡人称为“大件”。在满足了柴米油盐的基本物质需求后,家电消费的更新换代、家电价格的涨涨跌跌、家电市场的起起伏伏,不光是消费者关心的内容,也成为江南晚报一直追逐的采访对象。

最初的家电是洋品牌的天下,随着我国制造业水平的不断提升,家电业成为民族工业最早觉醒与崛起的行业之一,“长虹”“海尔”“康佳”“美的”还有我们本土的“小天鹅”等家电品牌如雨后春笋,茁壮成长。1998年7月,晚报的《洋家电黯然失宠 国产货渐得民心》就如实报道了当时的情况。家电的新品迭出,家电的价格涨落、家电的售后服务等等,均被晚报记者收入眼下,展现报端。《中央空调走进锡城普通家庭》《大把年终奖“砸向”平板彩电》《家电大战 南冷北热》《家电大盘点结账商家感叹市场成熟》等报道,均是当时无锡家电零售业的真正写照。

回顾过去的三十四年,家电零售业无论是在“入世”前还是在“入世”后,都是经过了充分竞争的行

业,正是这种竞争带来的“鲶鱼效应”,让国产家电品牌迅速崛起,在消费市场上争奇斗艳,从而带来家电零售业的一片繁荣。无锡城里的家电零售业从最初商业局麾下的交电站到私营家电店的兴起,到家电类商品在百货商场里的从弱到强,再到一百交电商场、二百家电城、新交电等专业商场的出现,深港电器城、招商城家电城等面世。以及最终出现的国美、永乐、苏宁、五星等全国性家电连锁商场登陆锡城抢滩等等。家电零售行业的繁荣必定带来激烈的竞争。由此,他们的竞争也成为晚报报道的重要内容。从2000年的《家电大战 南冷北热》、2004年的《国美永乐并购案尘埃落定》、2005年的《家电业爆发“夺楼”之争》、2006年的《家电大卖场:“夺楼”之路走到黑?》等等报道中,争夺消费客群,争夺经营场地,争夺厂家资源,一场场精彩的家电大战纷纷上演。

行业的有效竞争,获利的当然是消费者,价格战让家电价格节节下跌,过去的奢侈品变为家常必备。大彩电进入普通人家了(《无锡彩电市场“大跳水”》2002-08-18)。中央空调添置了(《中央空调走进锡城普通家庭》2004-7-13)。家电的升级换代也提前了

(《大把年终奖“砸向”平板彩电》2006-01-26),家电的品种也越来越多了,除了传统的彩电、冰箱、洗衣机三大件,扩展到空调、音响、影碟机、热水器,还有各种各样的厨卫家电、美容家电、健康家电等等。同时,家电零售行业的服务质量在逐年提高。从晚报的《苏宁、国美、东方电器全比较》(2014-12-11)《家电卖场“开打”第一波:拼服务》(2019-03-01)等报道中可见一斑。可以说,正是充分的竞争让消费者在购买家电时真正享受到了“上帝”的礼遇。

当然,我们也关注着无锡地产家电产品的生产。在20世纪80年代,无锡“咏梅”收音机、“菊花”电扇、“红梅”电视机以及“小天鹅”洗衣机堪称行业翘楚。晚报成立后,当时声名赫赫的小天鹅公司则一直是记者们采写的新闻富矿。《国有企业要向“小天鹅”看齐》《“小天鹅”“飞”向洗衣机王国》《小天鹅洗衣机 双喜临门》《“小天鹅”展翅“飞”向空调》《小天鹅:“百亿”胜利在望》等一大批作品记载着这只地产家电品牌的成长,也伴随着晚报的报道飞入千家万户。

(慕容)

关键词：无锡味道

与读者一起“品味”美好生活

说起无锡味道,那真是一种享受。分明的四季给予无锡菜春、夏、秋、冬四时不同的魅力和风情。无论是“浓油赤酱”的红烧还是“清鲜白亮”的清蒸,当令食材通过适当的技艺,达到最佳的滋味。无锡点心堪称江南小吃的集大成者,糕、团、饼、馒头无不用心研制,慢嚼细品下讲究“少吃多滋味”。所有这一切美味风物,《江南晚报》与这座城市共惜共赏。

时令应季的市场消费报道始终是晚报商业类报道的重点内容之一,无锡美食从未离开过读者的视线。当季蔬菜上市,我们为您探价格;四季果市变迁,我们随时告知;新味入驻锡城,我们前往探店;店铺营业异常,我们追踪事实真相。2021年9月15日,一篇《风水轮流转,终是“苏月”明》见报,详细报道了在广式月饼“主唱”多年无锡市场后,苏式月饼迎来潮流回归的历程。类似这样“年年有,找不同”的新闻报道还有很多。事实上,从年夜饭开始,历经春节的年糕、元宵节的汤圆、清明节的青团、端午节的粽子、中秋节的

月饼、重阳节的重阳糕、腊八节的腊八粥,还有秋季的贴秋膘、冬季进补,晚报每年都深挖市场,为读者带来独特视角的商品动向和另辟蹊径的市场见解。《江南晚报》就这样与市民相互陪伴,在无锡味道中共同走过了一年又一年。

《江南晚报》在2021年特别制作推出《家乡有好物》栏目,一路寻访城市的美味如何慰藉四季的味蕾。当季的枇杷、火龙果;知名的秋茶、菱角、甘露青鱼;陌生的拖炉饼、西漳蚕桑、马山香梗芋……传统食材和无锡味道不仅带来了季节的馈赠,还有那份历经岁月的匠人的坚守。栏目立足提升无锡物华天宝之美誉,为传承和推介本土文化起到了一定作用。很多市民表示,正是因为这个栏目,认识了更多的家乡美味,越发觉得“无锡是个好地方”。

早在2020年农历“七夕”节,《江南晚报》就推出“江小晚”新消费品牌,旨在为市民提供有用的本地美食指南和有趣的餐饮互动服务,助力打造无锡美食名片。当时,报纸每周两版持续

推出美食专刊,遍数无锡美食的渊源,推介好味的饭店食肆,还让锡城名厨图文并茂带视频教做家常菜。2021年初,“小晚优选”购物平台应运而生,优质年夜饭外卖套餐温暖了锡城市民的胃和心,老字号三凤桥还与品牌联手推出独家定制“小晚款”年夜饭礼盒,更多酒店在这里推出了优惠让利的“小晚价”。

此后,水蜜桃、鸡头米、梨等多种农产品和水果来到《江南晚报》的平台寻找客源,晚报还首次联动南京、苏州、常州等城市,限时上线老字号美食专卖,为传统美食带流量。如2021年5月推出的“我好粽意你”专题,不仅上架本地三凤桥、真正老陆稿荐等品牌产品,还与真真老老等外地知名品牌合作上架产品。除了传统粽子,还推出了火锅粽、水晶冰粽等市场网红粽子。此外,咸蛋、花雕酒、手工礼盒、香囊、应季果品等礼盒类产品也一并推出,一些端午礼盒更是早早售罄。今后,晚报将一如既往深耕锡城的商业与消费市场,与读者一起美好生活。

(天易)



本报承办的2018蟹王争霸赛。



2020年的“江小晚”手工作坊活动。