

看谁更红 比谁更火

中原黄金周电器市场盘点

今年十一国庆加中秋可谓二美并至、双喜临门——这个秋天注定将“很热”。经过8天的轮番鏖战，史上最长的“黄金周”完美谢幕：记者从河南国美、永乐、苏宁、五星、大商电器各大卖场及各大品牌电器专卖店获悉，这8天来他们个个“红光满面，双眼放光”，别提活得有多滋润了。据各家的统计，这8天彩电、冰箱、空调及各类小家电等销售额都是大幅度增长，“收获超乎想象”。

晚报记者 李无双



电视篇： 家家喜笑颜开

互联网电视“旺长”

记者获悉，十一国庆长假，TCL在全省范围启动的“盛世观典典 互联看未来”大型国庆促销活动，旗下的“数字互联网电视”、“蓝光互联网电视”、“双核互联网电视”等三大产品群，累计销售量远超预期。三大互联网电视共同组成的TCL MITV互联网电视产品群，在国庆期间，成为消费者关注和购买的焦点产品。另据TCL郑州分公司胡学军总经理介绍，仅国庆8天，TCL液晶电视在郑州市区销量就达1500万元，全省销量累计突破7000万元，再次刷新同期历史纪录。

据悉，TCL互联网电视的旺销，一方面在于TCL上百款液晶电视大让利(其中新款的“互联网电视”优惠达到3000元)，超值的让利，让很多消费者在十一前就开始到卖场体验“互联网电视”的先进功能，并进行高端产品的节前预定。另一方面在于TCL产品本身过硬的技术含量及符合市场需求的发展潮流。

蓝媒LED“高歌”

国庆前夕，海信蓝媒LED液晶电视“剑”系列全球首发式在北京举行，随着“剑”系列的集中上市，海信蓝媒LED液晶电视涵盖了19英寸至55英寸共10个液晶电视尺寸规格，从而使海信一举成为全球推出LED液晶电视产品规格最多、产品线最完整的企业。海信继去年7月份全国首家推出42英寸超薄LED液晶电视后，在LED液晶电视领域不断击出重拳，持续引领LED液晶电视市场。

海信蓝媒LED液晶电视继承并发展了海信蓝媒系列网络多媒体液晶电视强大的网络多媒体功能，可以浏览网络新闻、天气、股票等资讯，收听最新在线音乐，并新增了在线观看视频节目功能，是一款真正的网络多媒体LED电视。

凭借海信蓝媒LED的超高性价比优势，让海信在国庆彩电市场赢得了满堂彩，海信郑州分公司10月1日到8日“黄金周”期间实现销售

额6000多万，液晶电视的销量达到1.6万多台，蓝媒LED创入市新品销售新高，实现销量4000多台，海信蓝媒LED作为电视的二次进化产品已经充分得到市场消费者的认可。

记者从各家卖场获悉，海信电视仍然蝉联销量第一的位置，这得益于海信“技术领先”的科技创新优势。

酷开液晶“超酷”

国庆战役，创维彩电取得了不错的业绩：河南分公司国庆8天销售就完成全年任务的20%。42英寸及以上大尺寸液晶电视销售7829台，占总销售台数的57%，酷开液晶电视销售6130台，占总销售台数的46%。9月刚上市的新品酷开液晶电视K10、LED10一上市就受到消费者的追捧，国庆期间销售突破1000台，应该说是创造了彩电行业销售高端产品和新品一个奇迹。

国庆期间，创维对许多老客户进行问候与回访，许多家庭都在家与亲人一起使用创维的酷开液晶电视进行在家K歌，对创维的酷开电视给予了极高的评价与赞赏。

乐教网络电视“突击”

凡事预则立，不预则废！经过9月份一整月的准备，长虹在国庆8天的促销活动中可以说是打了一个漂亮的胜仗，8天的时间超过2000万的销售，最新推出的长虹LED乐教网络电视在黄金周期间猛然发力，销量更是超出预想。在国庆节当天，长虹更是发挥了自身乐教网络电视的独特优势，不仅每一个到长虹展厅的顾客可以亲眼目睹国庆阅兵的壮观景象，很多错过观看直播的顾客也可以通过长虹的乐教网络电视进行回看，精彩内容想跑也跑不了！这款网络电视强大的功能完全抵消了其稍高的价格，买网络电视赠送无线网卡无线路由

帮顾客建立一个家庭无线局域网，更是吸引了不少年轻顾客的眼球。

空调篇： 强强对垒 双双告赢

国庆、中秋双节同庆，又恰逢新冷冻年度开盘，面对8天的超长“黄金周”，美的、海信、格力等各大空调厂家在节前都铆足了劲，推出各种大幅降价、联合促销、团购活动，要在国庆“大战”一场，尤其随着经济逐渐复苏，国家推出以旧换新、节能惠民等多项政策大力补贴家电产品，整个国庆空调市场与往年相比更显得异常火爆。

变频空调 三分天下

郑州美的制冷产品销售公司总经理张松对记者说，国庆8天假期，美的空调已经卖出近4万套，其中变频空调销量占比超过40%，撑起空调市场三分天下，中国将迎来变频空调市场真正启动的一个拐点。

据国美卖场销售人员介绍，国庆节期间，海信、格力、美的等一线品牌都推出了新产品，其中，卖得最火的是海信具有“双模”功能的360度全直流变频空调。“国庆期间我们商场主要空调品牌都有新品推出，其中海信双模空调受到的关注度最高，在国庆刚上市的新品中销售量也最大，可以说，这是2010冷冻年度极具增长潜力的一款新品。”

风流倜傥 各具异彩

据了解，美的变频空调是目前国内产品线最宽、档次最清晰、能效和外观最齐全、型号最完整的直流变频空调产品群，全面应用美的东芝联合研发成果，2010年变频新品均可以达到

10HZ低频运行，其中最新产品I180+的最低运行频率可以达到行业最低值4HZ。目前美的空调的直流变频控制技术、制造能力和品质水平均已达到世界顶级水平。

据有关部门检测结果显示，在海信“双模”系列产品中，即使能效级最低的机型，选择“高效省电”模式运行，按照定速空调国家标准，能效比EER也达到了3.39，相当于国家一级能效(3.4)水平，比普通直流变频空调更省电20%。若按“长效节能”模式运行，最高能效比EER达4.2，远高于定速一级能效水平。

业绩为王 事实说话

据悉，在超高能效双模空调的带动下，海信空调全线飘红。海信空调一个负责人说，十一期间，海信空调的销量比去年同期增长了40%，其中高端机型360度全直流变频空调(含双模空调)占到一半以上。

郑州美的制冷产品销售公司总经理张松称：“积极响应国家节能惠民政策，美的很早就开始缩减高能耗空调的生产，并全力推进高能效定速空调的普及。今年国庆期间，美的零售市场主推的定速产品全部为二级以上的节能空调。”10月1日以来，美的节能定速空调销量一路上扬，部分型号甚至卖断货。从整个行业来看，高能效空调在零售市场的份额目前已经达到90%以上，占据了市场主流。

冰箱篇： “原生态”“鲜界”称王

来自容声冰箱的零售数据显示，今年国庆容声冰箱销售大幅超出预期，1~8日，容声冰箱总零售量同比增长98.3%，其中三门冰箱增幅达279%。国庆期间容声三门高端冰箱占比达到31.2%，正在逐步取代两门冰箱成为主销产品。

“我上看这款冰箱的主要原因除了它的技术、功能非常先进，还有它的外观设计、工艺水平远远超出了市场同类产品。它简直是一件完美的工艺品，与其他高档家具摆放在一起，创造出完美的家居空间。”一位现场购买海信“鲜界”对开门冰箱的消费者如此对记者说。

据介绍，容声三门“原生态”养鲜冰箱的独特之处，在于它能够精确控制温度、湿度、光照度，能使冰箱内的水果蔬菜获得最佳的“养鲜”环境，实现三重精度养鲜，果菜保鲜期大大延长。华南农业大学食品学院完成的一项原生态养鲜冰箱实验结果表明，卷心菜、胡萝卜在原生态养鲜冰箱内的保鲜期长达5个月；与普通冰箱相比，保鲜期延长数倍。

据介绍，海信冰箱一直坚持高端品牌发展战略，2008年推出的鲜界多门冰箱采用全球领先的“双制冷双循环系统”、矢量变频技术、立体风冷、智能加湿等尖端技术，开创了多门冰箱主动养鲜、保湿、无霜的历史，震惊了业界。

海尔整套家电双节硕果累累

海尔整套家电同比增长40%

据海尔河南分公司统计，今年国庆长假期间，整套家电(一次性购买二件以上)占到了海尔总体销量的40%以上，而在郑州、洛阳市场更是接近50%。

近年来，以节能、环保、健康、时尚为主要特征的新品家电渐成家电市场的消费潮流。双节期间，海尔最新推出的卡萨帝冰箱、节能LED模卡电视、“感人”系列智能省电空调、复式大滚筒洗衣机、1级能效的TT智慧版电热水器等新

品家电集中上市，成为国庆家电市场一道亮丽的风景线。

海尔家电“寿星”征集火爆

今年是新中国成立60周年，也是海尔集团成立25周年。为了答谢广大中原消费者的厚爱，自9月18日开始，海尔携手省会多家主流媒体推出了“国庆60年 旧貌换新颜”感恩老用户行动。该活动将从全省寻找最早的海尔用户，其中，海尔冰箱、彩电、洗衣机、空调、热水器、冷柜六大产品将依照用户使用时间长

短各评选出6位老用户(累计36名)，对每一类产品最早的一位金牌用户进行完全免费的以旧换新，而每个产品所评选出的其他5位老用户也将获得海尔公司提供的价值200元的礼品一件，并且可以参加有价的以旧换新活动。

截至10月8日，全省已累计有6000余名海尔老用户报名参加家电“寿星”征集，活动的火爆程度远远超出预期。其中近半数应征者的海尔家电使用时间都在10年以上，而全

省最“长寿”的海尔冰箱竟达25年，几乎与海尔集团“同寿”。

据悉，目前海尔家电“寿星”征集的报名阶段已经结束(截至10月8日)，接下来，他们将对所有征集用户信息进行汇总分析，最终确定初选名单，之后还将选派位于全省各地的海尔星级服务中心工程师入户进行情况核实，最终评出的海尔家电“寿星”将于本月中下旬产生并通过省内主流媒体进行公布。

李无双