



主持人：朱江华



创维电器河南分公司 文安德



北京 大学经济 研究所客 座教授 贾福春



《家 电商情》 主编 张国甫

LED成消费主战场 平民价格最关键

主持人：据中国电子视像行业协会预测，从2009年下半年开始，彩电行业主要朝两个方向发展：一是工业设计，得益于LED背光技术的应用，更加轻薄的平板电视将陆续取代传统的液晶产品；二是多功能技术的应用，特别是以互联网技术为基础的家庭多媒体娱乐功能的应用，为彩电行业带来更加广阔的发展空间。

文安德：作为下一代电视的代名词，LED电视以超薄的外观、较强的色彩表现力以及节能环保三大“卖点”吸引着越来越多消费者的关注。创维酷开TV自推出至今已畅销了两年多，已经在彩电行业形成优异的“酷开模式”。而目前全面上市的酷开LED系列，是首屈一指的LED背光技术的应用，厚度仅有2.2cm。如此纤薄时尚的工业设计再配上创维特有的酷开功能，不但为消费者研发出优异的产品，而且提供丰富的内容服务，打造多元化的娱乐方式以及完整的多媒体娱乐体验。

张国甫：据《家电商情》杂志调研数据预测，2009年LED电视中原市场消费规模接近10万台，但也

只相当于全年平板电视消费总量的5%，LED电视还有很大的市场增长空间。目前，LED电视的大规模普及面临的瓶颈就是价格问题，90%的消费者对于LED液晶电视的心理期望价位在1万元以内。

贾福春：对于生产厂家而言，LED比传统液晶电视成本要高出50%左右，如果整个产业链达到一定规模，LED成本下降到传统液晶的1.3倍，则LED会进入大规模普及阶段，市场份额会很快达到30%以上。随着LED液晶电视在整个行业中的规模发展，价格亲民路线也会成为市场的主流，也将给消费者带来切实的利益。

主持人：记者在市场调研发现，现阶段，消费者对LED液晶电视的预期购买率已经高达25%，消费者已对LED液晶电视有了较高认同和消费期待感，这为加速LED电视的市场普及提供了巨大的消费动力。然而，当前平板电视营销手段多样、卖点层出不穷混淆了消费者的视线。不知各位的观点。

贾福春：平板电视消费应当回归传统，在保证基本消费体验的同时，再适当展开对产品功能的释放，因此，平板电视要节能、要环保，更要画质好。

张国甫：对于LED电视来说，最昂贵的地方是LED面板，它占了整个机器成本的70%左右，因此一台LED电视面板效果会直接反映在产品的节能与性能上。而在画质色彩表现方面，LED背光也有明显的优势。传统的CCFL背光由于色纯度等问题，在色阶方面表现不佳，这就导致了液晶在灰度和色彩的

过渡方面不如CRT。

文安德：LED液晶电视因在绿色环保、节能降耗、高画质等方面具有明显优势，已是平板发展的大势所趋。而创维酷开LED液晶电视一方面继续将酷开多媒体娱乐功能作为产品基本附加应用功能提供给消费者，实现在家K歌、上网看电影、轻松学英语、听音乐秀图片等功能，另一方面，创维推出了酷开LED代表性产品LED10系列，在色彩、画质、响应速度、可视角度、节能和环保等方面更具竞争优势，使得观看效果更佳。

主持人：11月14日，创维在郑州举办了一场新品鉴赏会，宣布即将上市其新一代创维酷开多媒体娱乐电视K10系列是3C融合趋势下的娱乐电视产品，该系列新品创新地融合互联网功能，能在线高清搜索、下载、播放互联网电影、电视剧，并有望成为国家推广的高清内容服务平台标准。

文安德：此次创维推出的酷开LED系列，是进一步深化了酷开模式。LED背光技术的应用，使得创维酷开LED的工业设计更薄、更美观，同时酷开LED率先研发出三维UI(用户操控界面)，电视机与使用者的交互互动更加亲切友好。在内容服务上，创维对旗下的酷开网进行整合优化，提供更多高清片源和更快的下载网速；同时创维与国内人气最旺的高清视频网——迅雷和PPS合作，为用户提供最大化

的互联网资源共享，进一步实现完整的多媒体娱乐体验。

张国甫：创维酷开LED是国产彩电行业首创最薄产品，在扩大酷开TV产品阵容的同时，也引领着行业走在超越外资品牌的道路上。目前已经有众多品牌开始纷纷效仿创维酷开TV中的酷K、酷影、音乐相册等功能。创维酷开LED的诞生，又一次拉开了与竞争者的距离，定能赢得3C融合的精彩

未来。

贾福春：用电视免费看电影、K歌、听音乐、学习、打游戏，“酷开LED的网络酷开模式，通过互联网，使得产品的增值服务变成终身。提供终身产品增值服务，这在中国消费品模式中是具有先创性的，对于消费者来说是莫大的惊喜，而新一代创维酷开多媒体娱乐电视K10系列是助力创维成为彩电市场龙头老大的关键。

樊无敌

海尔“筒i7”超薄笔记本上市

品牌价值达803亿的中国第一品牌海尔携手英特尔在北京举行了主题为“简约爱，全能薄”的筒i7笔记本新品上市发布会，海尔英特尔联合倾力打造的全球最奢华超薄笔记本筒i7正式亮相。

在发布会现场，伴随优美的音乐和旋律，引发业界众多猜测的海尔“筒i7”正式亮相。“筒i7”超轻、超薄的简约外观引发了与会者的阵阵赞叹和掌声。据悉，“筒i7”是国内首款双核CULV平台产品，中央处理器1.3GHz频率，L2缓存容量高达3MB的SU7300，2GB DDR3高速内存，海量SATA硬盘，拥有HDMI高清、VGA、E-SATA等十个接口，充分发挥了双核CULV平台的高性能、低功耗特性，待机时间长达6小时，成为当之无愧的“全能超薄王”。

樊无敌

朱言辣语

事件：格力欲收购小鸭电器

近日，从格力集团获悉，格力集团的收购活动自去年底年初已经开始，格力高层已经频频与白电厂商密切接触，择机收购小鸭等二线冰洗白电品牌。

点评：由于专卖店投资主体多元，如何帮助销售渠道在空调利润逐渐走低时仍然保持收益增长，成为格力集团的当务之急。如此看来，格力集团有意在已经完善的专卖渠道中销售除空调以外的其他白电产品，以丰富产品线，一旦格力入主，小鸭品牌以及产能优势将得以发掘，而且将解决困扰小鸭的销售渠道和营销推广问题。这对小鸭，对格力，无疑是双赢。

事件：*ST三联面临退市

近日，三联维权小股东对外透露，兴业银行已经要求法院冻结了*ST三联4000万的巨额资金，再这样下去，扭亏已经是不可能的事，三联只能退市。

点评：众所周知，国美掌门人黄光裕花了近6个亿获得的*ST三联控股权，结果换来的就是国美与三联集团近2年的缠斗。9400万亏损、4500万虚开的承兑汇票、近日1.35亿的连带责任，加上以后三联集团很可能无休止的纠缠和资金窟窿让国美去补，相反，*ST三联已经连续亏损两年，如果到时银行仍没解冻资金，*ST三联的净利润又不能冲抵这4000万贷款债务，那么上市公司面临的只有一个可能就是退市。

事件：变频冰箱后市看好

产业在线统计数据：2005年变频冰箱销量为60万台，2009年变频冰箱销量约为100万台，随着海尔、海信、美的、新飞等企业推出变频产品，未来变频冰箱的阵营将进一步扩大。

点评：虽然过去几年内，变频冰箱受生产企业少、消费者认知度低、销售价格高等因素影响呈现销售疲软，但随着参与国内品牌的逐渐增多，未来市场将呈现良好的增长势头。因为除了节能之外，变频冰箱由于制冷量可以按需调节，避免了冰箱内温度的大范围变化，有利于冰箱温度的稳定，改善冰箱的温控保鲜效果。

事件：LED液晶降5000元

本周TCL、创维和海信三家彩电巨头集体发起“冬季攻势”，其中创维42英寸LED从11000元降至8900元，海信46英寸蓝媒LED让利5000元，TCL40英寸降至3999元。

点评：由于价格过于“高贵”，LED平板电视在消费者中一直曲高和寡，但这一局面将被打破。作为国产彩电第一阵营的TCL、创维、海信以不同方式发动“冬季攻势”，以多种手段搅热淡季市场，对其他彩电厂家有很强的“风向标”作用，使LED平板电视价格进入平民时代。

事件：象屿集团借壳夏新

11月13日，*ST夏新举行第一次债权人大会和出资人会议，厦门的象屿集团已确定参与重组*ST夏新，并有可能借壳上市，重组方案本月底出炉。

点评：这意味着*ST夏新的破产重整计划告一段落，至于夏新现有的手机业务和夏新商标等去留问题，尚未最终确定。但根据夏新之前的公告，公司总欠债高达27亿元，即使按照重整方案执行，也不能全部解决债务问题。

15赫兹变频全线优惠 格力变频领跑行业

本周末，格力将继续在豫启动“惠民风暴”，届时将上演组合大礼、返现优惠及惊爆特价三大“实惠奇迹”。在国家节能减排的大背景下，变频时代即将来临，格力凭借自主研发和技术上的强大实力将所向无敌。

为研发尖端变频技术“G-Matrik”，格力潜心12年，保证了100%的中国自主知识产权，实现15赫兹低频率运转，比市场上30赫兹

落后变频省电至少一半以上，运转更加稳定，人体感觉更舒适，更节能环保；而且避免了空调频繁启动对电网的冲击，保护了其他家用电器的同时，也延长了空调的寿命。格力“G-Matrik”变频技术领先于世界，使其领跑行业，率先淘汰30赫兹落后变频技术，并首开先河举行了大幅惠民活动普及15赫兹变频空调。

如果购买外资技术，每应用到一款产品都要付相应的专利费用，导致维护费用增高，根本无法实现让老百姓用最少的钱买最好的空调。由于自主研发的成本优势，目前，格力G-Matrik技术已应用到100多款产品上，消费者可到任一专卖店或者连锁卖场购买到称心如意的15赫兹变频空调。

樊无敌

万和“恒温”热水器 让您安享舒适沐浴

许多人有过这样的烦恼，洗澡的时候常常为忽冷忽热的水温发愁，这是因为使用热水器过程中，水压、气压等燃烧环境变化，使得普通的燃气热水器无法随之相应调节所致。

国内最大的燃气具专业制造企业——万和推出“智能恒温”系列燃气热水器，彻底解决洗澡“忽冷忽热”的困扰。据了解，国家标准规定恒温热水器工作过程中温度误差在±5℃之间，而万和超薄智能恒温燃气热水器竟然做到出水温差不过±1℃，如此恒温，秘密在哪？

万和“超薄智能恒温”燃气热水器采用国际先进的电气恒温比例阀，用户设定出水温度后，比例阀自动检测到进水水温、水压、水流量、气压等燃烧环境，计算出所需的气量、火排数等参数，调节燃气量；此外，万和还采用尖端的“智能分段”燃烧技术，可根据以上参数自动调节燃烧所需的火排数，从而迅速而精准地控制出水温度，水温恒定，洗澡才更舒适。

万和“智能恒温”燃气热水器包括V6、V8、A8、V9、V10等五个型号，并有10L、12L、16L

多种流量设计，完全满足双卫家庭的多点沐浴需求。

燃气热水器是万和燃气具战略的核心产品，产量和销量都居同行首位，产品涵盖了3升到32升，烟道式、强排式、平衡式到室外安装型的大流量户外热水器共四大系列82个型号。据中怡康数据显示，2008年，万和以21.93%的市场份额蝉联榜首，销售额总量也位居榜首，这已是万和燃气热水器连续七年全国市场占有率居行业首位。

樊无敌