

长虹LED网络电视 本周继续“买大送小” 购46寸LED网络电视送32寸液晶电视

长虹本周继续“买大送小+团购”大让利活动,市场部相关人员透露,此次活动是为了能够满足不同人群对电视机的需求,对于一般的购机消费者享受买大送小优惠,即凡购买长虹乐教网络电视即可获赠长虹乐教电视一台,如购买长虹46寸LED网络电视即可获赠长虹最新面市的32寸液晶电视,一站式完成购机。而对于准新婚人士则可以享受专用机型优惠活动,专为新婚人士打造的720系列乐教电视也已在市区各大卖场长虹专柜全面上样,32寸、37寸、40寸、42寸、46寸、52寸等家庭适用机型都可在市区各大卖场找得到,方便消费者选购。

长虹720系列乐教电视具有独特的抓屏功能,只需要按下遥控器上的“捕捉”键就可以把新婚照片抓为屏保,设置为开机画面,这样每天打开电视便能看到新婚的幸福画面。内置的2G内存则可以把新婚照片、幸福瞬间、美好回忆全部储存在电视机里面,随看随点,再也不用找来找去,让您以最短的时间内找到幸福。遥控器上的“捕捉”按键更是可以把新婚照片进行抓屏,设置成自己的开机屏保,让您每天打开电视



便能体会到爱的温馨。幸福的画面,配上柔和的音乐,这种意境……至于720乐教电视本身的性能,不用多说,到店听一下导购员的详细讲解,定能让你彻底了解它的“内涵”,相信您也一定会被这款新婚专用机所吸引。

今年以来,网络电视技术和3G的结合,迅速将网络电视推进到了一个新的阶段,即3G网络电视时代。在这一波发展浪潮中,作为网络电视产业中坚的长虹,以全系列乐教网络电视的集体亮相成为3G网络电视时代的领导者。据介绍,

长虹明星产品LED液晶、ITV820系等都是乐教3G网络电视,都参与到了此次活动中来,其系列之多,型号之全,在整个彩电行业遥遥领先,这些网络电视都支持三种网络接入方式(ADSL拨号、无线WIFI、3G),是真正的网络电视系列,在开通3G无线网络服务的环境下,采用WIFI无线专业接入设备,消费者通过长虹乐教网络电视即可实现电视机的网络高速接入,网络中的影视、音乐、图片、新闻等均可方便地在大屏幕电视上得到显现。网络共享功能可以将您电脑中存储的影视、音乐、图片等文件放到电视机的大屏幕上观看。

另据悉,位于城东路与东大街交叉口处的长虹直销店现正做升级改造,3G网络客厅体验馆马上就能和消费者见面,在装修闭店之前店内所有液晶电视、长虹空调、冰箱均打折出售,最低可以四折的价格拿到心仪的电视,“买大送小”、“新婚优惠”、“装修打折”三重优惠,您还等什么?想要买电视的朋友现在就可以提前订购了,越早越实惠,赶快行动吧!详情请见市区各大卖场长虹展台海报。

晚报记者 樊无致

节能80%菲达斯/菲尔普森空气能热水器系列报道: 向空气“要”热水的热水器

誉为“第四代热水器”菲尔普森空气能热水器凭借其节能、环保、高效、安全的优点,正被国内不少专家和企业看好,从而加速了国内热泵热水器行业的发展。

国际铜业协会(中国)高级市场总监郑永新认为,其实,根据采集的热源不同,热泵热水器分为地源、水源和空气能三种。家用热泵系统则主要采用空气能。相对于传统热水器来说,空气能热泵更加节能、安全、舒适和环保,如果将同样重量的水加热同样的温度,热泵热水器所耗电量只有普通电热水器的四分之一,节能效果非常显著,尤其适合有大水量使用需求的消费者。

据菲尔普森空气能热水器河南分公司总经理戴彪生介绍,空气能热水器节能就是热能来源于空气,不受气候影响,可以一年四季全天候使用,即用1份电能可以从环境中吸取2~3份免费热能,再用这些热能加热热水,消耗的1份电能也用于加热热水。所以最终可使热效率达到300%~500%。

樊无致

■朱言辣语

事件:海尔资产整合大门开启

12月1日,青岛海尔公告称,公司正在与实际控制人海尔集团就公司受让海尔集团所持海尔电器集团有限公司(1169.HK)31.93%股份的事宜进行商谈,并初步达成一致意见,但尚未签署任何意向书或协议。

点评:海尔集团对旗下白电资产的整合很可能启动在即。如果青岛海尔实现对海尔电器的收购,无疑将大大提升其盈利能力,并可在实现采购、营销、研发及管理等多方面的协同效应。因为海尔电器的洗衣机和热水器业务资产盈利能力较强,市场占有率处于行业领先,未来资产进入后将大幅提升公司的综合竞争力,但多元化产品结构成形后,青岛海尔与美的电器之间的竞争可能不断升级。

事件:夏新叫卖手机品牌

11月30日,福建省中新拍卖行发布的公告,将于12月8日整体拍卖*ST夏新持有“夏新”商标、专利、厦门夏新移动通信有限公司75%股权、部分软件及管理系统与手机业务相关的部分生产的检测设备、部分手机业务相关存货等。拍卖参考价1.4678亿元。

点评:*ST夏新核心资产手机业务将拍卖,目前已有四五家企业与*ST夏新的破产重整管理人接触,希望接盘。因为*ST夏新以手机闻名,曾经以一款A8风靡神州。但是,手机行业竞争残酷,国际知名品牌在国内市场所居的垄断地位和对民族品牌形成的挤压,最终令*ST夏新手机在产品销售、资金供应、贷款回收等方面出现了系统问题是*ST夏新陷入困境的重要原因。

事件:空调能效门槛年底定音

迟迟未有定论的变频空调能效标准日前终于有了进展。近日,业内传出:变频空调能效等级新标有望近期出台,新标能界定的入市等级门槛可能在目前的2级,而非标产品仍然允许在既定的时间段内销售。

点评:原本在今年3月推出的能效准入门槛,由于金融危机以及厂家大量库存的拖累迟迟未有定论。而节能空调中二级能效空调仍占据了至少半壁江山。因此,在全行业淘汰二级能效时机尚未成熟。

事件:日立彩电将全面退市

据《东快网》报道,日立已经全面退出国美系统,而日立公司将位于福州福新投资区的平板电视生产线停产,主管华南市场的广州分公司已经撤销。

点评:这是否意味着日立彩电彻底退出中国彩电市场?尽管日立的撤退,原因似乎是公众所知的“金融危机”。但事实上,2008年金融危机来袭,2009年4月公布的年报显示,该公司2008年亏损高达7000亿日元,同时其净资产也缩水至1.47万亿日元,此后,日立开始调整全球的彩电业务,包括人员的裁减,以及在全国终止所有彩电销售业务。

格力G-Matrik变频空调引领变频新时代 节能空调进入寻常百姓家

11月27日起,空调巨擘格力在河南推出了10天狂欢优惠活动,这是格力空调有史以来最大的一次节能普及活动,其规模与声势前所未有。

据了解,在此期间,格力推出“2级高能效空调单台1499元,变频空调直降1000元”的惊爆售价以及罕见的豪华大礼,其中包括广大消费者最熟悉的睡美人、睡梦宝、王者之尊等公认

的“节能明星”产品,同时,格力最新推出的G-Matrik新品、全球变频标杆产品-月亮女神也将参与其中。之所以掀起节能空调普及风暴,根本原因在于格力在技术、产能两大领域得以全面升级,由此在行业内率先突破了节能空调价格瓶颈,让原本价格“高高在上”的节能空调真正“亲近”消费者。

节能空调时代的来临使作为行业龙头的格力主动承担起普及节能空调的大任,可谓意义深远。掌握了空调核心技术的格力将拥有更多的话语权,会在竞争中进一步巩固自己在行业中的领导地位,并引领行业的健康发展。格力此次活动,将推动节能空调的普及,并引领行业向“让所有家庭用上节能空调”的终极目标全面迈进。晚报记者 樊无致

手机巨头结盟通讯连锁

迪信通独家首销MOTO高端智能机

国内通讯连锁巨头迪信通今日宣布,已和全球手机巨头摩托罗拉达成协议,将独家首销MOTO高端智能手机E11。

夺MOTO新机首发

根据迪信通和摩托罗拉已达成的协议,迪信通将提前其他销售渠道一个月左右,独家首销MOTO E11高端智能手机。

迪信通河南分公司相关负责人介绍,目前迪信通河南分公司已集中采购足够的此款手机,率先铺货河南迪信通60多家门店,售价在2000元左右。据了解,MOTO E11是一款今年摩托罗拉主推机型之一,作为一款双卡双待智能手机,2000

元左右的价格使其在市场中具有相当强的竞争力。

摩托罗拉相关负责人称,拥有1200多家手机连锁店的迪信通不仅是全国最大的手机连锁卖场,也是摩托罗拉在我国最主要的合作伙伴,每年的手机销量超过500万部。其中,摩托罗拉手机销量占迪信通手机总销量的比重在15%左右。

据悉,摩托罗拉手机在我国今年销售目标为800万台,摩托罗拉希望借助于迪信通等广泛零售终端的合作伙伴提升销量。这是迪信通等手机连锁加强和摩托罗拉等跨国巨头在品牌专卖店、旗舰店以及旗舰机型的首销合作。

彰显渠道强势

市场调研机构GFK提供的数据显示,三季度国内手机专业连锁在整个通讯市场中的份额相比年初上升了5%,击败了之前占市场份额最大的单体店成为最主要的手手机销售渠道。

该负责人还介绍,此前迪信通通过首销、包销等合作,已分别和诺基亚、联想等国际手机巨头取得多次成功合作经验。该负责人还透露,此前手机渠道和厂家合作,普遍采取模式除传统代理、买断和直销外,试销和首发已成为考验手机渠道综合能力的标志。通过试销和首发,可以检验渠道商打开市场的能力。晚报记者 樊无致

■每周声音

孙为民:家电B2C销售过百亿才值得一提

苏宁网上商城“易购”预计将在12月份推出新的版本,并做适当的推广。预计明年销售额可达15亿至20亿元。但竞争永远存在,当前每年十几亿甚至几十亿元的销售额都是“毛毛雨”,只有销售额达到百亿元才值得一提。苏宁电器总裁孙为民就“淘宝电器城涉足家电B2C领域”时并没有感到压力。

李东生:从未后悔国际化

“我从没后悔过当初的国际化决定。中国走向国际化这条路,是必然,只不过TCL先走了一步。这个损失是值得的。今天看来,我们比他们(其他家电企业)具备了走向全球的基础。我已很有把握,保证TCL的国际化运营不会出现大的状况。”TCL集团董事长李东生就“TCL国际化战略”谦虚地评价自己。

罗清启:郭台铭战略突围图浮出水面

鸿海集团近日一系列动作实际上是被动的无奈之举,它一方面必须扩产能,降低产品的价格,另一方面在做渠道,掌握产品流通权。这意味着在金融危机的冲击下,鸿海正在进行一个纵深向的产业垂直整合,这一整

合从上游关键部件、终端整机产品到零售渠道再到自有品牌,产业链的长度和深度在某种程度上已经超过了日本、韩国企业。家电产业专家、帕勒咨询公司资深董事罗清启就“郭台铭带领鸿海集团开始绝地反击”时分析认为。

赵波:我国今年手机产量将达6亿部

由于受到全球金融危机的冲击,我国手机产销量出现了大幅下滑,这也凸现了我国产业基础薄弱、结构不合理的深层次问题。但从今年1月份开始,情况可以有所好转,在9、10月份每个月都达到6000万台产量,预计今年手机产量达到6亿部,同比增长超过7%。工信部电子信息司副司长赵波在“2009中国手机产业高峰论坛年会上”表示。

杨晓刚:家电销售不受“山寨”影响

东芝产品主要针对高端市场,而“山寨”产品则是针对二级市场,在销售上不会对东芝造成影响,目前东芝一方面正在与政府相关主管部门协商,解决其注册商标专用权遭侵犯问题,另一方面正在不断丰富产品,在稳定高端市场的同时带动中端市场的发展,并将国外的

生产基地也全部转移到国内,让消费者更了解和认可东芝的产品。东芝家用电器经理杨晓刚就“长治市工商局查获10台TOSAIBA“冰箱”时坦言。

范约基:不排除出售手机制造业务可能

诺基亚必须快速加强所能提供的移动互联网解决方案。而在提供在线解决方案方面,诺基亚需要追赶苹果、谷歌和RIM等竞争对手,诺基亚的手机制造工厂是诺基亚重要的竞争优势,但是作为诺基亚转型的一部分,并不排除诺基亚会出售这一资产。诺基亚营销主管安西·范约基就“出售核心的手机制造业务”时称。

牟恩东:家电下乡PC销售最差

当前的家电下乡并没有达到预期目标,PC产品在农村的销售情况最差,很多知名PC企业在农村没有售后网点,电脑如果出现问题,无处解决问题,而此前已经多次与英特尔、联想等公司就售后、平台等问题沟通,不过还没有取得大的进展。农业部质量标准与信息化组副组长牟恩东就“PC产品销售情况为何不尽如人意”时透露。