

46英寸跌破8000元 LED电视平民化已成定局

每周声音



导购人员认真为消费者讲解LED电视的相关性能

6月26日,记者在国美、苏宁、永乐等家电卖场发现,46英寸LED电视居然已跌至8000元以下。而在此之前,消费者买一台较便宜的46英寸LED电视都要花费10000元以上。

北京大学经济研究所客座教授贾福春向记者透露,目前46英寸LED电视8000元已不是底线,十一之前一线品牌跌破7000元是有可能的。

记者在棉纺路苏宁电器看到,46英寸酷开

LED-46E60HR价格跌至7999元。销售员告诉记者,这是现在的最低价格。

那位销售员还让记者留下联系方式,说一有促销活动就联系记者。记者了解到,46英寸酷开LED-46E60HR这款产品,曾经卖11000元左右。

“最近,海信46寸LED电视产品已降至8000元出头了。”海信电器郑州分公司市场部部长刘贵贞对记者表示。而之前,海信46寸

LED电视的价格都在10000元左右。

LED产品市场份额在增加

原本11000元的创维46英寸酷开LED-46E60HR,为何现在价格跌至7999元呢?

创维集团河南分公司总经理文安德对记者表示,以优惠的价格专供球迷,满足球迷大屏幕享受世界杯的需求。

但文安德承认,现在目前各大品牌的LCD产品都在降价,创维的LCD产品价格从11000元左右降至现在的8000元左右。

海信电器郑州分公司市场部部长刘贵贞也告诉记者,现在海信的LED产品从原来的百分之十几已占据其液晶电视产品30%的份额。而郑州TCL电器销售公司市场部经理程翔宇同样认为,LED产品兴起速度非常快,降价是趋势。目前TCLLED和LCD也是三七分天下。

未到底线,跌破7000元不难

据记者了解,世界杯期间,郑州家电市场46英寸LED电视出现8000元以下的惊人价格。不过,相对于部分外资品牌的46英寸LED的售价依然在12000元左右。

对此,北京大学经济研究所客座教授贾福春分析说,国产46英寸LED率先跌破8000元大关,这种突破的背后在于企业强大的技术支撑。

一线品牌的46英寸LED要想跌破7000元,几乎是有可能的。贾福春谨慎地判断,十一之前是有可能出现6000元的超低价的。

晚报记者 朱江华/文 赵楠/图

攻城略地,国内品牌洗衣机领风骚

简析2010年5月份洗衣销售数据

公开数据显示,2010年5月份,中国洗衣机市场销售冠军依然由白电航母海尔获得,海尔白电老大的地位一时还未撼动。海尔洗衣机的产品线非常完整,自不足千元的4.5KG波轮式入门产品到万元以上的10公斤级卡萨帝复式大滚筒都有布局,海尔的领先实力可见一斑。

5月份,“美的系”总体市场份额占有为26.6%,已经直逼排名第一的海尔,两者相差仅0.25%。根据以前数据显示,“美的系”1月份市场份额为17.12%,2月份市场份额为20.55%,3月份市场份额为24.29%,4月份市场份额为27.1%。在“美的系”市场份额快速上升中,凸显了品牌整合和低价营销对市场份额的推动作用。

小天鹅被纳入美的麾下后,美的集团的目标是建立以小天鹅为核心,美的和荣事达为辅的囊括高端、中端、低端洗衣机产品的品牌阵营。美的在今年3月24日首次公布的洗衣机业务发展规划中也表示力争在三年时间内冲击洗衣机行业第一的地位。通过对旗下洗衣机品牌销售渠道、服务网点等的深度整合,“美的系”迅速焕发生机。其中,完成整合后的“小天鹅”表现出色,已经超过原来市场排名第二的松下,并成为了“美的系”洗衣机阵营的中流砥柱,拥有无锡、合肥和荆州三大生产基地

6月28日,天极传媒Datacenter公布2010年5月洗衣机企业销售数据,海尔以26.85%的市场份额排名第一,小天鹅以16.65%的市场份额排名第二,合肥三洋以9.72%的市场份额排名第三,松下市场份额为8.15%,LG市场份额为6.36%,西门子市场份额为6.35%,惠而浦市场份额为5.43%,美的市场份额为5.42%,荣事达市场份额为4.53%,三星市场份额为3.22%。

晚报记者 朱江华/文 赵楠/图



滚筒洗衣机成消费者的首选

以及强大的研发生产能力。

此外,美的的“低价营销”攻势凶猛。美的在今年3月底充当了中国滚筒洗衣机市场的“价格鲶鱼”后,中国洗衣机市场的滚筒洗衣机均价,乃至整个洗衣机行业的均价都有较大幅度的下挫趋势。中国电子商会副秘书长陆刃波认为,美的的“价格破冰”之旅更是一场完美的营销活

动,1499元的滚筒洗衣机一推出就得到了新闻媒体和消费群体的热切关注,使美的一度成为中国洗衣机阵营的聚焦点,被迅速放大的品牌效应对销售业绩起了较大的推动作用。

5月份的数据显示,以西门子、松下等为代表的国外品牌阵营合计市场份额为39.23%,尽管国外品牌阵营内各品牌各自份额不是最高,但因其代表中国洗衣机行业的高端水平,拥有较高的“品牌溢价”,所以这些国外品牌在中国洗衣机市场上依然起着举足轻重的作用。

海尔 举行迎七一红歌歌唱比赛

6月28日上午8:00,数百位海尔河南分公司员工身着统一工装,唱着庄严的国歌,升起了五星红旗。当日下午,该公司“迎七一庆建党89周年红歌歌唱比赛”在郑州阳光大酒店会议厅隆重举行。

本次活动采用大合唱的形式进行,海尔河南分公司员工按部门类别共分为七组参赛,比赛中,全体参赛员工热情高涨,演唱了一曲又一曲的经典好歌,《我的中国心》、《咱们工人有力量》、《团结就是力量》、《歌唱祖国》,一首首耳熟能详、历久弥新的红歌,唱出了中原海尔人对祖国和海尔集团美好明天的祝福。

作为共产党员的海尔河南分公司总经理程传岭表示,此次深入开展系列七一庆祝活动,就是要让全体员工树立爱党爱国和艰苦创业的信念,继承和发扬党的优良传统,以昂扬的激情为打造全球知名品牌的企目标而努力。

晚报记者 樊无敌

百度 营销中国行第一阶段收官

6月28日,由全球最大的中文搜索引擎百度举办的“营销中国行”大型营销论坛在三亚隆重举行。

本次“营销中国行”是百度今年4月启动的一项大型全国巡讲活动,旨在通过这种能够与广大中小企业面对面的沟通方式,联合各界精英与营销专家共同会诊当地经济,推进企业对搜索引擎的应用,发动企业的成长引擎。在两个半月的时间里,百度已经走遍全国101个城市,举办大型活动超过120场,吸引了近10万家企业现场参与。

据了解,上周五在北京隆重举办的2010中国网络营销大会上,百度荣获了“2010年度最佳网络营销平台”大奖,百度推广和百度凤巢也分别荣获“2010年度最佳搜索引擎营销平台”和“2010年度最佳精准营销平台”两个单项奖。

晚报记者 樊无敌

王雷:以旧换新刺激了产业升级

家电以旧换新诱发了消费者更新换代的需求,而更新的价值在于换代,随着生活内容、居住环境的改变,消费者开始考虑冰箱要具备多温区、保鲜、制冰、自动除霜等功能,这对大规格、多功能的高端冰箱提供市场需求,同时也刺激了产业升级。中国家用电器协会副理事长就“以旧换新政策撬动市场的发展”时指出。

陈权威:变频爱你不容易

如变频和定频空调的价差进一步缩小,才可能真正为消费者所接受。部分消费者坦言,因价格原因目前更倾向于选购实惠型的定频空调,变频空调只能说爱你不容易。时尚电器媒介高级主管陈权威就“高端空调今年表现”时分析说。

季国平:面板不存在过剩问题

目前国家实际上急需TFT面板,同时现在也并没有比较大型的项目,因而实际上产能并不过剩。不过虽然产能上不过剩,但目前产业竞争愈演愈烈,液晶面板的价格也在一路下降。信息产业技术与管理专家季国平就“面板产能过剩隐忧”时持乐观的态度。

姚坚:加薪潮不会降低中国的吸引力

中国仍有对外资具有吸引力的地方。富士康事件的妥善解决,表明中国在劳动关系法律规定方面进一步健全。商务部新闻发言人姚坚就“加薪潮是否会降低吸引力”时称。

欧特克:游戏不3D早晚被淘汰

电影电视要3D的,游戏也必须是3D的。因此,游戏厂商的关注点必须从2D、2.5D慢慢转变到3D领域,这是未来的趋势,不能跟随这种趋势的游戏开发商将会遭淘汰。国际软件设计巨头欧特克公司就“未来游戏解决方案”时表示。

闫晓林:Android系统将成为主流平台

就中国国情来说,中国的Android不会像国外谷歌电视那样是个完全开放的平台,因此,未来半年到一年,Android系统可能会在互联网电视方面有一个比较大的发展。TCL集团副总裁闫晓林就“Android操作系统的发展”时表示。

曹春华:企业最大责任在于创造价值

企业社会责任不是简单地履行社会责任,所谓企业社会责任首先有一个必要的条件,创造价值,同时,一定是获取合理合法的利润,能够保证企业健康地成长,这个生存的条件没有他就谈不上。海尔集团副总裁曹春华就“海尔入选企业社会责任榜单”时坦承。

鲁建国:洗衣机两三个月消毒一次

洗衣机二次污染严重,消毒、防菌非常必要。因此,为防止细菌滋生,应在洗衣结束后30分钟内将衣物取出,一旦超过1小时,就需重洗。而新买的洗衣机使用半年后,每隔两三个月就应该清洁消毒一次。国家家电质检中心检验部主任鲁建国就“洗衣机容易滋生大量细菌”时建议。

黄心仲:彩电企业要立足产业链

未来,面对多热点的竞争格局,彩电企业主要有集成化及专业化两条路线,所谓集成路线就像手机一样,把MP3、U盘、数码相机、录音笔等多种功能集成在一起,这样能得到大多数消费者的钟爱;所谓专业化就像单反相机一样,功能单一,但能得到专业发烧友青睐。康佳多媒体营销事业部市场部总经理黄心仲就“彩电企业未来之路”时表示。