

端午买智能要尝“鲜”

海信智能3D影院电视全城品鉴会即将举行

随着《加勒比海盜4》、《功夫熊猫2》、《变形金刚3》等3D大片暑期档的来临,市场上对超级智能的3D平板装备呼声颇高。端午黄金周将至,海信7大系列22款海信智能3D电视新产品将集中亮相,端午期间,海信智能3D影院电视新品全城品鉴会将在各大卖场举行,消费者不仅能体验到影院级视听盛宴和超级智能的互动娱乐享受,还可以享受海信电视在端午小长假的超值惠卖。

晚报记者 朱江华/文 赵楠/图

海信智能新品全面到货

据了解,此次海信智能3D影院电视品鉴会的主角是XT68、XT69、XT39、V78X3D、T293D、K18、T39AK等7大系列产品,它们以突出的技术优势融合了今年最热门的智能技术、



卖场里摆满了琳琅满目的海信电视

3D技术和数字影院技术。

其中,海信XT68系列电视应用全球领先的点阵式D-LED、HIMAX影院系统等尖端技术,为消费者带来顶级的影院级视听体验;海信XT69系列电视应用海信自主研发的模组和整机一体

化设计和制造技术,实现了55英寸超大屏幕平板电视整机12mm的极致超薄。

电视要升级 智能3D最给力

2011年是彩电业向智能化发展的非常关键的一年。今年5月中旬,海信集团公开发布了海信的“智能战略”,标志着中国家电正式进入一个“重新想象,享你所想”智能时代。

智能机锋市场、全功能浏览器、华数互联网电视、在线看3D、2D画面转化为3D画面等很多意想不到的智能应用和3D技术早已成功移植到平板电视,让电视彻底成为家庭多媒体娱乐中心。海信智能3D影院电视通过自主研发的HiTV-OS操作系统和Android操作系统打造出完全开放的应用商店,是国内唯一一拥有多类型应用商店的智能电视,目前已能够为用户提

供近600个丰富的应用程序。

端午买智能要尝“鲜”

据悉,端午期间,海信最新上市的多款智能3D新品都将推出不同幅度的优惠活动,更有价值2000~5000元的大礼包超值赠送。节日期间,用户还可以凭借海信合作商家的优惠套购卡享受特别套购优惠。

根据中怡康公布的最新统计数据,海信液晶电视以14.90%的零售量占有率继续高居行业榜首,已经连续8年市场占有率排名第一;海信电视在端午黄金周的大手笔投入让这个端午家电市场有了更多可以期待的空间。海信此次再度推出智能3D影院电视,将继续引领电视产业的技术发展趋势,在中国彩电市场上再次掀起一个智能化升级换代的新高潮。 晚报记者 朱江华

节能生活一步到位

海尔打出整套家电组合拳

随着气温的逐渐升高,家电市场又迎来冰箱、洗衣机等家电的选购高峰。记者了解到,为了庆祝海尔成为唯一荣获2011白色家电类产品“节能中国贡献奖”的家电企业,海尔在6月4日至6月6日端午节假期期间,将推出“海尔整套家电 节能生活 一步到位”活动,为消费者提供一站式服务,通过整套家电为用户打造舒适生活解决方案。

整套家电打造舒适生活

快节奏的现代生活催生了一站式消费理念的兴起。近年来,在海尔倡导和大力推广下,整套家电逐渐被广大消费者接受。这种整套家电销售模式既能给消费者带来更多的便捷,又能保证产品风格统一,还能在购买时充分享受到厂家推出的重磅优惠,因此受到众多消费者的青睐。

据悉,海尔此次为消费者筹备了整体套餐、财富升级、高端伴侣、精品节能津贴、冰洗

绿色组合等多种选择,其中蝉联全球销量第一的海尔冰箱和海尔洗衣机还联合推出至尊组合、格调组合、时尚组合三套绿色套餐供消费者选择,而购买海尔无霜冰箱、海尔匀动力洗衣机等绿色产品还将获得节能补贴。

引领绿色节能潮流

高效节能的新产品已经成为家电产品的主流,海尔一直以“绿色产品、绿色企业和绿色文化”的绿色战略体系为指导,引领家电业绿色节能的潮流。在2011年家电博览会上,海尔从冰箱、冰柜、洗衣机到空调、热水器再到厨电等产品最大亮点是绿色低碳化。而前不久,海尔家电又荣获“节能中国贡献奖”,成为获此殊荣的唯一家电类品牌。

记者了解到,海尔本次活动的主推产品以低碳、节能的绿色家电为主体。比如,海尔无霜三门冰箱能一举解决用户冰箱结霜烦恼,并能更有效减少能量消耗,比相近容积的风直冷

三门冰箱省电达10%,在技术、保鲜、设计和节能等四大方面都进行了突破性的创新;海尔匀动力洗衣机则能彻底解决衣物缠绕、磨损大等行业难题,给用户带来360度均匀洁净的衣物,并且最少用水达到111L/kg,通过了中国环境标志低碳产品认证,而这种绿色家电组合成的整套家电给消费者带来方便的同时,也给消费者带来更大的实惠。

在消费者越来越趋向理性消费的时代,价格已不再是吸引消费者的唯一因素,随着绿色环保观念深入人心,绿色节能已经成为消费者选购家电的重要标准。据了解,在此次端午节活动中,海尔为消费者打造了更健康的生活方式,提供的产品都是引领行业趋势的绿色家电。而海尔整套家电服务的推出,为用户提供了美好居住解决方案,满足了消费者一步到位的服务需求,也成为其赢得消费者信赖的另一个重要筹码。 晚报记者 朱江华

打破夏日洗衣难题

海尔洗衣机首推速洗解决方案

5月18日,全球最小的洗衣机在海尔问世,创造了中国家电行业首个吉尼斯世界纪录,成为今夏洗衣机市场最大亮点。据悉,这也是海尔洗衣机夏日速洗解决方案的重要组成部分。为满足消费者夏季洗衣需求,海尔洗衣机日前推出一系列夏日速洗解决方案,并于5月22日在济南举办了夏日速洗解决方案体验展,旨在让更多消费者感受到夏日速洗的乐趣。据了解,该活动后续还将在全国各大城市陆续开展。

随着夏季的来临,如何快速洗净衣服成为人们最关注的话题。海尔洗衣机研发人员在前期调研中发现,消费者的夏季洗衣需求主要集中在三个方面。一是节能,夏季衣物小、换洗频繁,用水用电负荷重,快速高效洗衣成为消费者最迫切的需求;二是分类洗,内外衣、婴儿衣物等渴望实现分类清洗;三是静音,希望安静的夏日洗衣生活更安静。针对这些个性

化需求,海尔洗衣机推出多种夏日速洗解决方案。

记者了解到,海尔洗衣机夏日速洗解决方案以“速洗”概念为核心,共包含六大系列产品,分别围绕安静、快速、洁净、即时、均匀等夏日洗衣难题提供了多套针对性解决方案,为广大消费者带来夏日速洗的完美生活体验。

据介绍,针对节能和分类洗的需求,海尔分别推出双动力、小小神童洗衣解决方案。海尔双动力洗衣机采用波轮、内桶两个动力双向旋转,可以快速洗净衣物,省时、省水、省力;小小神童洗衣机则主要针对小件衣物洗涤需求,它机身小巧,容量适中,可以强力快速洗净衣物,同时还可以杀菌,给予贴身衣物健康呵护;针对静音需求海尔推出零碳芯变频洗衣机,无碳刷电机避免洗涤运转啸叫声,夜晚洗衣也安静无比,为夏日生活带来低噪静音新体验。

此外,海尔V6蒸汽熨烫洗衣机可以实现即洗

即烘即干,并且抚平褶皱,解决了夏季频繁阴雨衣物无法晾晒的难题;匀动力洗衣机提供零缠绕解决方案,防止缠绕降低磨损,实现衣物360°均匀洁净;卡萨帝复式大滚筒演绎优雅格调生活,给予衣物至静至柔的呵护。

据悉,海尔最新推出的全自动mini洗衣机也是此次夏日速洗解决方案的重点。该产品体积小,节水省电,还贴心设计了活性氧离子杀菌功能,满足了消费者内外衣、婴儿衣物分类洗涤的需求,让个性化私密洗涤成为现实。

业内专家表示,夏季消费者的洗衣需求发生了很大改变,但长期以来的“淡季”理念使得大多数企业缺乏对夏季市场的关注,忽略了消费需求者的满足。而海尔洗衣机作为行业领军者一直走在创新的前列,此次首推夏日速洗解决方案不仅为消费者提供了更多样的个性化洗衣选择,还为整个洗衣行业开创了夏季发展的新蓝海。 晚报记者 朱江华

20亿产能 美的领衔冷水机组崛起

2011年5月30日,美的中央空调在重庆市茶园新区美的工业园举行“美的中央空调重庆三期扩能项目竣工投产暨新产品下线仪式”。这标志着美的重庆生产基地已经成为国内品牌最大的冷水机组研发生产基地,象征着国产大型冷水机组强势崛起。

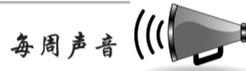
据悉,美的重庆三期工程落成投产后,美的中央空调重庆共拥有5栋厂房、12条生产线,厂房总面积达到10万平方米,产品线涵盖离心机、螺杆机、模块机、风机盘管、组合空调及空调

箱,成为国内产品线最齐全、产能最大的冷水机组生产基地之一。美的冷水机组产能也得到极大提升,年产离心机350台、水冷螺杆机组2000台、风冷螺杆机组1000台及数十万台空调末端,年产能超过20亿元。

作为国产中央空调的领军品牌,美的在离心机、螺杆机、模块机、末端产品等诸多领域全线出击,由于产品线齐全、产品质量稳定可靠、销售网络覆盖面广、销售模式灵活多样,在中国大型冷水机组市场的销量飞速增长,截至2010

年美的冷水机组销售额已经达到7.8亿元,实现了同比100%的增长率,而同时主流外资水机品牌的市场增长放缓。更重要的是在美的的大型冷水机组飞速发展的同时,包括国产其他品牌在大型冷水机组方面也获得了长足的进步,形成了以美的为代表的国产大型冷水机组的国产品牌集群,国产冷水机组的整体市场占有率快速提升,诸多国内知名项目也纷纷采用国产冷水机组。

晚报记者 朱江华



每周声音

取消补贴防企业钻空子

空调节能惠民补贴取消更好。许多空调企业钻国家节能惠民补贴工程的空子,销售数据造假骗补。这样的市场现象,让一些诚信经营的企业空调企业大受其害。

——格力电器总裁董明珠

日立电视前景不明朗

日立原来在华是以全产业链的模式运营,这种模式包括品牌专利、生产和销售各个环节。但事实证明,这种模式并不适合中国市场。日立在中国的退出,证明其全产业链的模式行不通。此次日立可以“离岸外包”的方式重返中国市场,一旦生产某个环节出现问题,对品牌形象的损害不言而喻。

——中国营销委员会副理事长洪仕斌

冰箱行业竞争须同步

企业市场竞争的能力必须同步或超越生产能力的增长,这是不产生过剩产能的必要条件。同时产品竞争必须以技术和品质为后盾和基础,即便是价格竞争,也要有技术和规模作为支撑。

——中国家用电器协会副理事长王雷

规范零供关系

零售企业收取进场费在中国零售行业长期存在,是市场化进程中出现的一个现象,在一定程度上具有合理性。商务部制定两个规范管理办法,对于六种不合理的收费进行了规范,但是从执行的效果看,部分地区还是存在执行效果不佳的现象。

——商务部新闻发言人姚坚

不会因他人诋毁止步

国美从2009年已经彻底取消了进场费,谁要是再收进场费,格杀勿论。我们跟供应商把合同外的费用纳入合同内,让双方成本透明可控,目前国美来自供应商的非经营性收入主要包括两部分,大型节假日和供应商共同制定的营销策略,国美会掏出自己的费用,供应商也有自己的预算;第二部分就是门店里展台的制作,各个厂家形象、大小不一样,成本差别很大,供应商要承担。

——国美副总裁李俊涛

不能轻视家电下乡市场

现在任何一个企业都不能轻视家电下乡市场,这在家电下乡政策开始之前,企业的态度不是这样,通过家电下乡政策,目前农村市场需求已经存在,无论将来家电下乡政策取消与否,随着三四级市场竞争的加剧,随着市场级别的下探,企业目前需要思考的是,在低密度消费状态下,怎样完成市场开拓与布局。

——中国家电协会副秘书长朱军