



# 本报联手TCL电视“以旧换新”

## 最高折价2000元

从今日至周日,由本报与TCL再度联手发起新一轮以旧换新活动。  
记者 朱江华 文/匿

### 全力普及高品质智能3D电视

针对本次活动,本报与TCL彩电特向TCL总部申请调入万台超低特惠机型以满足广大读者的需求,不但价格优惠,产品线也十分丰富,TCL 3D云电视、智能LED电视、全新自然光液晶电视等全线新品应有尽有。旧彩电、旧冰箱、旧洗衣机、旧空调折价400~2000元。活动同时全新的32英寸液晶电视只需要1599元就能换购到家。为了方便起见,TCL和郑州晚报在全市设立了30余处便民换购点,遍布全市各个区域。

日前,一项社会调查引起了社会的关注:电视安全使用年限为8~10年,专家认为超龄服役的家电难以保证使用者的人身安全。

此次本报联手TCL发起的2012年新一轮互联网电视“以旧换新”活动,把代表了电视界优质画质的TCL 3D云电视、智能LED电视、自然光液晶电视等全系列新品,作为以旧

换新的主力引入,携五大系列云电视全线出击,助力消费者彻底淘汰超龄服役的旧电视,实现家中电视升级换代。郑州TCL电器销售有限公司总经理胡学军表示。

据了解,TCL超级智能云电视所采用的“黑水晶屏”不同于普通液晶屏,它的表层进行“纳米”技术处理后,画质有了质的改变,让黑色更纯而不会再呈现为灰色,即使是在暗场景中做到纤毫毕现。对于长时间看电视的用户来说,还能提高观看舒适度。

### “以旧换新”实现双赢

从本报以前联合商家搞的“以旧换新”活动来看,商家和消费者均实现双赢的效果。消费者通过活动以优惠的价格实现了电视的升级换代,消除了家庭的安全隐患;对于彩电



商家来说,实施“以旧换新”的举措一方面可以响应国家的号召,而更为重要的是可以借此扩大自身品牌的影响力。

“在我们看来,‘以旧换新’的效果甚至将会不亚于‘家电下乡’,将会极大地推动城市居民的家电消费。”郑州TCL电器销售有限公司总经理胡学军对于“以旧换新”相当看好,认为,“以旧换新”作为一种传统的营销手段,对扩大增量市场将会起到积极作用。

中国电子商会副秘书长陆刃波分析指出,此次TCL利用春季联合媒体搞“以旧换新”活动来刺激平板电视销量,未尝不是一个“以时间换空间”释放销量的策略。

## 认筹4万套

疯狂的“空调战”在郑州正式打响,预订大战也随即爆发。

### 变频空调受消费者热捧

从3月7日开始,几大空调厂商启动空调预订优惠,提前锁定用户需求。“相当火爆”。记者从郑州美的制冷销售公司获悉,美的龙年“万人空巷抢购家电”预订活动截至目前已预订4万套,并且这个数字还在不断增大中。

郑州美的制冷产品销售有限公司总经理张崧说,谁预订得越多谁就是赢家!由于只有参与预订才能购买特价机和享受促销优惠,各美的销售网点参与预订的消费者很多,部分网点甚至出现了排队预订的场面。对此想买空调的市民,千万别错过。

在走访郑州家电市场发现,各大家电卖场的美的专柜前挤满了前来预订的消费者,场面火爆,美的空调再一次出现了供不应求

## 美的预订风暴席卷绿城

的局面。

河南苏宁电器总经理钱成建介绍说,连日来,美的家电专柜前热火朝天,排满了等待预订的市民。与以往“万人空巷抢购家电”攻势不同的是,此次美的旗下三箭齐发:空调、冰箱、洗衣机全线产品首次联合发动促销大战,参与品牌也涉及美的旗下美的、荣事达、小天鹅三大白电品牌。从部分监测数据来看,预订数量同比增长约5倍,可以说美的是卖场中增幅最大的赢家。

郑州刘先生就是前来预购美的变频空调的消费者之一,刘先生表示他一直是美的空调的忠实“粉丝”,美的变频空调的质量让他信赖,还有十年包修的超值服务,他还打算推荐自己的朋友也去购买美的变频空调。

“我在商场看了一圈,就看中了这款美的空调变频柜机。”家住中原区的肖先生想买台空调柜机送父母,趁着休假来到苏宁选购,典

雅美观、性能卓越美的变频空调让肖先生立刻“拍板拿下”。

### 强大技术推进变频时代

是什么原因促使美的变频空调此番如此热门?

作为国内空调行业的领导品牌,美的空调在产品、价格、品质、销售渠道和服务网络四大领域全面领先。也是美的空调销量节节高升,成为销售最火爆的产品,并呈现了喜人的强劲增长势头的主要原因。

中国家电营销委员会副理事长洪仕斌表示,美的变频空调凭借此次活动取得的市场先机 and 领先优势,如今力推变频普及,目的就是为了提高消费者的生活品质,从舒适性、节能性和美观性等方面全面满足消费者对于居室环境的更高要求自然受到广大消费者的青睐。

记者 朱江华

## 创维连续六连冠

# 2011年再夺中国彩电市场销量第一

近日,权威数据调查机构奥维咨询(AVC)公布的数据显示:2011年1月至12月,创维(skyworth)整体彩电零售量、创维液晶彩电零售量和创维偏光式3D彩电零售量市场占有率均名列第一名,三项指标分别为15.1%、16.7%和38.6%。这是创维继在2010年连续五年蝉联彩电销售总量和液晶电视销售额双第一后,再度夺取销量冠军,并在3D电视领域以市场占有率的绝对优势,稳居行业领军品牌地位。 记者 朱江华

### 优化产品组合结构

近年来,创维坚持贯彻“彻底的产品主义”,不断优化产品组合与结构,大力开发高端及高附加值产品,持续增强核心产业竞争力。彩电技术发展的每一个关键时期,创维都走在行业的前列,六年来彩电销售总量和液晶电视销售量持续保持第一。

2011年,国内彩电市场陷入低迷。创维作为彩电业领军巨头,在新兴的3D电视领域

表现最为突出,主推的酷开智能3D、云电视等中高端产品均标配3D功能,以“不闪的3D”强大的产品优势,迅速统领市场,交出了行业最优异的业绩。据创维数码2月9日公告显示,截至2011年12月31日,创维彩电事业部在中国大陆液晶电视机市场的销售量及销售额占有率分别位居第一及第二。2011年12月,创维彩电事业部在中国大陆液晶电视机市场销售量及销售额的占有率双双位居第一。

### 逆市保持增长势头

据奥维咨询公布2012年1月份数据显示,国内电视机总销量减少26%,销售总下降25%。而创维1月销售平板电视机66.68万台,其中,LED液晶电视机销量为43.54万台,同比增长55%,约占平板电视机销售量的65%,较去年1月约占32%。2012年1月创维3D电视机销售量约占平板电视机销售量的38%,跟2011年12月持平。

创维自2011年迎来自在全球市场拓展自有品牌电视业务元年以来,海外事业部得到快速稳健的发展,2012年依然保持快速增长。1月份,创维在海外销售平板电视机17.85万

台,同比增长133%。其中LED液晶电视机销量16.35万台,同比增长281%。

### 新闻再读:

#### 创维启动“心服务 安民生”活动

3月6日,记者从创维集团获悉,将在3月份开展以“心服务、安民生”为主题的系列活动。

创维集团用户服务部总监蒋永彪告诉记者,活动期间,创维集团以“快乐购机 优享服务”为宗旨,依托其自身2000多家直营店、500多坐席的呼叫受理平台、1.2万余名服务工程师以及6000多家特约服务商,同时推出免费赠送价值300元至800元不等的两年延保服务。此举不但受到了农村消费者以及城市低收入居民的欢迎,而且得到了业内专家的广泛称赞!

据悉,今年年初,创维集团对呼叫中心CTI系统进行了全面优化和设备检查,保证全国统一服务热线95105555和4008665555能够顺利接入受理,保证消费者能够更为顺畅地与创维沟通,及时为用户排忧解难。

### 事件:周厚健炮轰家电扶持政策

3月5日,海信集团董事长周厚健“炮轰”扶持政策,认为目前国内已出现“实业空心化”情况,严肃的市场规则远比出台若干扶持政策有效和急迫得多。引起业界一片哗然。

点评:随着家电刺激政策陆续退出,家电行业逐渐走向低迷,销量大减,春节前不少家电企业纷纷裁员,应对“寒冬”。家电企业纷纷呼吁政府出台后续扶持政策。而周厚健的言论值得业界探讨!

### 事件:苏泊尔再曝电饭锅不达标

日前,深圳市场监管局通报抽查结果显示,苏泊尔CFXB40FC11G-75型豪华智能电饭锅被检查出保护装置不达标,容易引起安全事故。

点评:苏泊尔“质量门”事件不断出现,让业界看到苏泊尔的危机公关处理能力就是一个字——拖,另一方面权威部门也是同样如此,让消费者对于苏泊尔产品感到不断失望。随着苏泊尔事态的发展而出现消费者不满的回应,苏泊尔将何去何从由其自己来决定。

### 事件:2011年家用洗衣机合格率88.8%

近日,国家质检总局发布的《家用电动洗衣机产品国家监督抽查质量分析报告》称,产品合格率88.8%,比2010年有所上升。

点评:目前洗衣机生产制造业存在的问题是技术实力不足,原材料价格的居高不下,与型式试验产品差距较大,而盲目追求利润。希望企业提高产品整体的技术水平、设计水平和制造水平,形成自主的优势品牌,更多占据洗衣机高端市场。

### 每周声音

#### OLED电视普及8年内“没戏”

OLED在中小屏幕中的应用很快就会到来,但在电视屏幕的应用上,目前技术仍不成熟,并且成本非常高昂,未来8~10年液晶电视依然是市场主导者。

——TCL集团董事长李东生

#### 家电业格局不会有太大变化

目前家电行业的市场格局基本确定,有变化也是占有率前五品牌间的“此消彼长”,而最后的优胜者一定是专注和专业的企业。所以说,中国的多媒体以及家电产业的竞争战略很“透明”。

——海信集团董事长周厚健

#### 国家采购应该以民族品牌为主

三洋做不下去了,日本的日立不行了,LG也下滑很厉害,现在整个世界家电都由中国制造为主,很多大的世界家电品牌都靠我们贴牌生产,国家应当更多地采购民族品牌,支持民族家电发展。

——志高集团控股董事局主席李兴浩

#### 家电市场状况不佳

内外需市场的减少对企业来说确实不是什么好消息,但不是没有机会。消费者总要淘汰旧的洗衣机,买新房子也需要洗衣机。因此在刚性需求中挖掘市场就是市场行情不好时的一种应对方法,但这就考验产品的综合素质。

——无锡小天鹅总经理柴新建