



“

2012年上半年家电业的表现可谓险象环生,先是众多日企出现的巨额亏损年报,再到部分大型家电企业纷纷换帅,部分日企的产业被收购等,可以说家电厂商的日子都不算好过。然而,面对全球金融危机下的家电业,长虹电器股份有限公司能够独善其身,且始终以一个较快的速度持续增长。

8月22日,《郑州晚报·第一家电》记者走进位于四川绵阳的长虹集团总部,与长虹多媒体营销公司总经理程勇进行了高端对话。就长虹电器如何成功转型、经营之道等一些深层次问题进行了采访。

记者 朱江华 吴绍超 文/图

”



长虹多媒体营销公司总经理程勇

长虹电视销量目标不变

“尽管今年上半年家电市场销量总体比较冷淡,但今年长虹电器的年度目标不会改变。”8月22日,程勇在接受记者采访时,开门见山地说。

程勇指出,随着中国经济的发展和老百姓生活水平的提高,国内家电消费的刚性需求依然存在。同时,随着我国家电市场的热点逐步向二、三线城市转移,这类地区人口基数和经济总量巨大,依旧存在巨大的消费潜力,所以不管是今年下半年还是2013年,长虹对中国家电市场的长期发展还是看好的。

根据中怡康监测数据,今年上半年长虹较去年同期实现大幅增长,依然保持国内3D电视市场零售量第一位置。这表明长虹整体竞争能力与竞争优势逐步显现出来。程勇说,长虹拥有搭载PDP、LED及OLED等各种面板的3D电视生产线,且3D电视尺寸完全覆盖29英寸至80英寸的产品,长虹对3D电视的推广力度可想而知。

程勇表示,产品线完整和产品尺寸覆盖齐全是长虹3D电视保持销售量第一的主要原因,也是其市场竞争优势所在。其二就是牢牢地把用户抓到长虹电视机面前持续性的消费。

程勇断言:短时间内靠一些低成本、低价格的产品冲击市场,或者靠一些资源性透支来赢取市场是不可靠的。未来希望行业在公平竞争上,不要陷入新一轮的价格战和相应炒作的误区,这样对每个企业来讲是非常大的压力。

让电视成为家庭活动中心

彩色电视取代黑白电视,花了整整30年;而平板电视取代CRT电视,则用了20年;3D电视取代2D电视,仅仅花了2年。近两年电视行业发展突飞猛进,各种新技术新产品,让消费者眼花缭乱。2012年被业内看做是智能电视的发展元年,传统家电品牌纷纷将“智能”当作重中之重,随着谷歌、苹果等IT企业加入,这一市场将更加热闹。

今年3月份,长虹高调推出多款Ciri语音智能电视,其特有的人机交互功能,将改变用户看电视的传统习惯,并在提高体验度上大大迈开了一步。作为国产龙头企业,长虹如何在智能电视大军中保持自己的优势呢?

谈到苹果等企业将发布智能电视,程勇表示:“长虹一直都十分关注IT巨头进入彩电这一领域,以后是IT TV化,还是TV IT化,目前并没有定论,我认为这一临界点是无法界定的。但电视与PC的观念不同,PC更倾向于个人,若将QQ移植到电视上,私密性就无法保证了。基于对家庭的理解,长虹将以TV为战略,我们将始终以家庭及拉近成员距离为核心。”

对于IT智能电视的上市,是否会冲击传统彩电厂商份额,程勇并不担心。在他看来,深耕多年市场,传统彩电品牌掌握渠道的能力不容小视,已经有了很高的认知度,加之外部环境如广电对内容的掌控、牌照问题,“这个市场不是想做就能做的。”

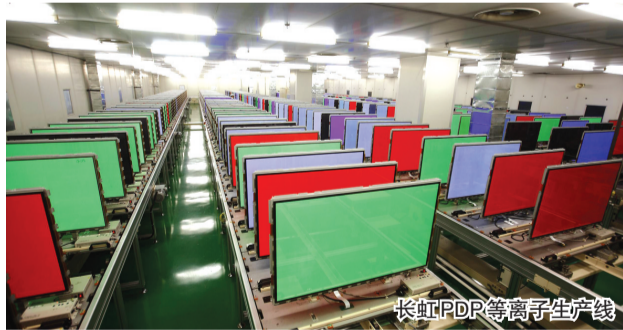
作为长虹绝对热点,全球唯一基于中文的Ciri智能语音系统,当前备受关注。对此程勇表示:“同为智能语音,苹果的Siri目前还不支持中文,而Ciri在听懂普通话的同时,还支持地方方言。智能电视功能多,而操作跟不上是限制许多用户使用的一个难题,有了Ciri小助手,智能电视的强大功能就能更好地发挥出来。”

在彩电竞争激烈的今天,如何保持自身的优势?“打造电视专用设备,为用户提供一个好的应用环境及加强行业联合,将是长虹用于加强用户体验的三个重要方面。”据程勇透露,长虹智能电视将占整体彩电销售的70%。因此智能电视的重要支撑就是网速,目前长虹在四川已经与电信进行合作,为长虹用户提供宽带支持,打造一个良好的应用环境。

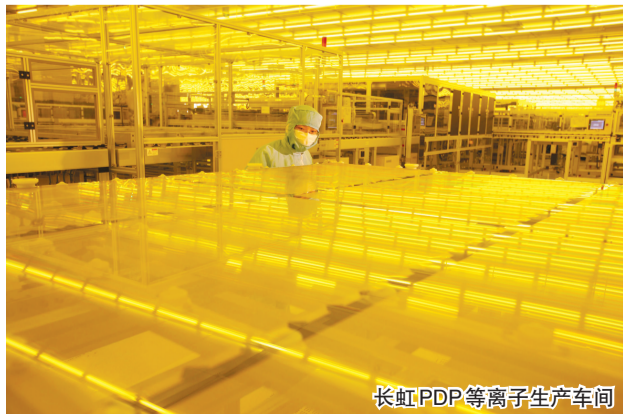
程勇： 智能3D是未来电视发展之路



长虹电视新产品展示厅



长虹PDP等离子生产线



长虹PDP等离子生产车间

只有全高清才是3D电视未来

伴随着平板彩电产业的加速发展,平板电视已经全面步入全高清3D时代。而随着全高清3D时代的来临,以3D显示技术为核心的竞争开始在各彩电厂之间展开,而随着3D技术的进一步提高,全高清的3D成为高端代表,消费者可以得到更为精彩的视觉享受,同时还可以享受到越来越实惠的价格。

但程勇认为现在3D电视产业界派系林立,产品也是良莠不齐,而全高清3D才是未来3D电视的发展之路。

在电视显示领域,全高清对电视机的性能有重要意义,对消费者来说,全高清电视就是最佳的选择。高清这一指标带给3D电视的好处是什么呢?据程勇介绍,首先全高清影像能够使3D画面表现力更加细腻,画面的清晰度非常突出;其次,3D立体效果更突出,更逼真;再次,画面稳定性更加优异,看起来更有利于眼睛舒适,杜绝了视疲劳;最后,配合超大屏幕,更容易接近3D影院的观看效果。

程勇表示,全高清3D+智能平台是长虹当前的核心战略。目前普通LED最高能够达到240Hz的刷新率,而PDP可以轻松达到600Hz子场驱动,动态微秒级响应。因此长虹全高清3D电视立足于PDP自发光技术优势及“动态清晰度高、色彩更丰富、画面真实自然、可视角度大”的特点基础上,还具有“600Hz立体影像”、“360度全视角”、“智能护眼”、“多屏互动”等核心优势。如长虹欧宝丽独有的360度全视角观看,且二代护眼不易产生视觉疲劳,能够给消费者带来绝对自由的视听体验,无论坐着还是躺着,都能随心享受、自在轻松。

程勇将2012年定为中国市场推广普及3D技术的元年,并计划实施大众普及型产品及高端产品的两步走战略,为国内消费者提供物有所值的产品。

记者眼中的长虹智能

作为行业第一个实施智能战略、推广智能电视及外沿产品的长虹,几乎倾集团公司所有的技术、产品、渠道、资金之力,打造大智能战略。

长虹集团常务副总、多媒体产业集团董事长林茂祥表示:避开新的商业模式谈智能不是长虹的智能,坐拥强大用户社群,以电视为中心,多个人、多个终端之间通过语音、体感、视觉、意念等自然交互,才是长虹的智能。

长虹集团董事赵勇则将长虹的智能战略比喻为一棵生态树,智能技术、智能平台、智能应用、智能运营、智能终端是树根,立体式的智能家庭、智能小区、智能城市才是长虹的智能大树,这棵树正在蓬勃生长。