

今天,长虹“虹色风暴”来袭

——55英寸智能电视优惠3000元

近日,长虹集团“虹色风暴”——超级内购会活动在华中五个省份开展得如火如荼,据了解,活动的日期为11月9日~11日,截至昨日已有超过25000名消费者参与了本次活动预订,9日上午9点全省全面开抢。

记者 朱江华



虹色风暴 惊天来袭

为了方便本市消费者咨询和购买,长虹公司已经第一时间在全省各家电连锁、长虹专卖店等地设置了500个咨询预订点。除了在这些指定的地点咨询预订外,消费者还可以通过拨打长虹公司的官方预订电话:400-811-7605参与活动,同时,消费者也可以拨打另外两条热线:18337131987、18639119216咨询。

据了解,不到3000元的50英寸3D电视将会是本次活动最大的亮点,同时全国畅销的B3100超窄边系列也有可能以工厂底价与大家

见面。除此之外,具有海量体感游戏功能的高端产品A7000系列,多屏互动功能的A4000系列等其他智能电视产品,都有可能做出不同程度的让利。

此次开展长虹“虹色风暴”重大让利活动的城市有:安徽、河南、湖南、湖北、江西五个省份,下设的市、县、乡镇的所有长虹电视销售网点将同步联动,所在地消费者在任何一个网点均可享受到“风暴优惠”。55英寸智能电视优惠3000元。

真智能 选长虹

据奥维咨询(AVC)监测数据显示,2012年

长虹智能电视零售量为33.4万台,零售量品牌占有率市场排名第一。

长虹作为智能电视标准的制定者,一直走在行业的最前端,旗下的智能产品拥有ciii语音、多屏互动、体感游戏等更丰富的智能体验,尤其是语音操控技术的实现,将成为真正的智能电视与一般网络电视的分水岭,让你轻轻松松通过说话全方位控制电视机,操作简单、快捷。

记者通过了解发现,家电市场上充斥着大量的网络及“伪智能”电视,纷纷打着智能电视的“幌子”误导消费,笔者建议在购买智能电视时,需从“是否兼容双系统”、“体感游戏操作是否流畅”、“界面简易,语音识别是否准确”这三个方面认真体验,仔细辨别,区分出这些“伪智能”产品,以免被误导!

目前,长虹智能电视已经拥有了包括智尚A7000和超窄边框B3100在内的十几个系列、多个尺寸段的超强阵容,为行业智能电视之最,尤其是新推出的B3100系列产品具有智能应用丰富、四边超窄、节能省电等优势,国庆之前在我市上市,已经受到了大批消费者的追捧。

三星大屏引领电视全面升级新时代

A 新时代的“全能选手”

每次重大的产业技术革命,都会毫不例外地带来一轮行业洗牌和格局震荡。随着全球彩电业进入大屏幕智能云时代,极速的技术升级换代已成为不争的事实。作为电视行业领导者的三星一直没有停止领先脚步,随着三星最大尺寸电视ES9000正式登陆国内市场,国内的电视市场带入全面升级的新时代。 记者 朱江华



三星电视ES9000正式登陆国内市场

值得一提的是,三星ES9000这款三星电视最高端的旗舰产品拥有75英寸超大屏幕,采用三星顶级原装进口液晶面板,8mm超窄边框设计和高贵典雅的玫瑰金色外观,同时集人性化操作、丰富的智能应用和强大的3D功能于一身。

ES9000 除突破性采用8mm超窄边框设计和高贵典雅的玫瑰金色外观外,顶级原装进口液晶面板,更凝聚了三星在面板领域的多项顶尖技术。对于大屏电视来

说,大尺寸和精细画质是一对矛盾体,ES9000第2代超级局域控光技术很好地解决了这一问题,较传统LED液晶电视288个控光模块有了四倍提升,达到1152个区域精确控光,将画质表现质量提升了3倍。出色的画质表现能力让用户在自家客厅就能享受到75英寸超大屏幕带来的IMAX电影般的视觉震撼。同时,全面整合了三星SMART TV的各项人性化操控和智能应用功能。

B 大屏幕带来大震撼

随着平板电视技术不断升级和完善,越来越多的消费者逐渐将目光投向大尺寸平板电视,46英寸以上大屏幕电视将成为未来消费主流,也将成为各厂商竞争的焦点。依托自身的优势,各厂商采取了不同的竞争策略。近10年来,三星电视在全球市场一直保持领导者的姿态,此次凭借其在电视领域的综合实力和深厚积淀,从设计、画质和智能应用三个方向全面入手,将ES9000打造为大屏电视中的“全能选手”。

在ES9000这款旗舰产品上,全面整合了三星SMART TV的各项人性化操控和智能应用功能。手势控制、语音控制、面部识别等丰富人机交互功能可以让用户在便捷之中更享受一份兼备艺术气质的科幻感觉。可伸缩式内置摄像头,在不破坏其超薄屏幕顶端的整体线性设计的情况下,又让用户尽情享受科技带来的便捷。除此之外,三星还有多款60英寸及以上的大尺寸智能电视供消费者选择,覆盖LED液晶和等离子两大产品类别。

32英寸1999元,39英寸2399元 海信打造“双十一全民抢购盛宴”

今年的双十一,各大厂商都已行动起来,准备烹制一道“双十一大餐”。海信更是线上、线下同步出手,集中推出七大智能系列新品,并同时投放千万促销资源。 朱江华

七大精品同给力

近年来,光棍节的热潮袭来,消费者都乐意在此时选购时尚的家电数码产品。海信集中推出的880、770、660、610、560、360、330七大系列智能电视很好地满足了消费群的最核心需求,比如操作上简单易用、智能应用丰富多样、4K×2K超高清画质以及内置PLC电力猫传输、智能射频遥控器等,这些功能特点都受到广大消费者的喜爱。

据悉,海信这七大系列智能电视覆盖了从32英寸到84英寸的最全尺寸段,海信XT880系列实现了超高清显示技术和智能技术的完美融合,分辨率达到3840×2160,是全高清1080P分辨率的四倍,带给用户更完美的体验;K660系列内置四核处理器,采用无边框设计、银月型底座,简洁时尚;K610系列、K360系列等性价比优势突出,是刚组建家庭的年轻人的首选。

好礼送不停 线上线下同狂欢

今年的“双十一”,海信电视集中投入上千万促销资源,倾力打造线下专柜与线上电商联动促销的全民抢购盛宴。32英寸3D LED节能补贴价1999元,39英寸LED节能补贴价仅需2399元。

同时,海信在中原各大卖场,为年轻人准备了海信智能电视独有的大型“狂野飙车”游戏,让消费者充分体验到智能电视的强劲表现,所有进店顾客拍摄心动产品上传微博@海信电视官方微博还有机会获赠精美礼品一份。

日本三大家电企业夏普、索尼和松下接连发布业绩亏损预报。夏普预计净亏损38亿美元。索尼和松下则分别预计净亏损达30亿美元和102亿美元。分析称,日系家电企业亏损与地震及韩国企业的竞争有关。

记者 朱江华

总额170亿美元 松下等日本家电陷亏损泥潭

“巨亏”日系三大巨头陷困境

近日,松下、索尼、夏普发布的2011财年业绩预告显示,日本三大家电巨头中,松下预计亏损7800亿日元(约合102亿美元),夏普预计净亏损2900亿日元(约合38亿美元),两公司均创下年度亏损最大纪录;索尼也预计本财年亏损30亿美元。三大消费巨头预计本财年共亏损170亿美元,创下有史以来亏损总额的历史纪录。

夏普称,预计在截至2012年3月31日的财年里,净亏损将达到2900亿日元(约合38亿美元),这将是自1912年夏普成立以来最大规模的年度亏损。夏普称,亏损主要是因为液晶电视价格骤降及经济增速放缓。

索尼表示,本财年预计亏损达30亿美元,主要原因是索尼计入了出售在三星LCD合资企业中的股权费用和泰国水灾的影响。

对于日系巨头的大亏损,家电专家刘步尘认为,与中国、韩国及欧洲的家电企业一样,日系家电企业也受到了经济形势低迷的影响。“由于大环境不理想,四大板块的家电企业都不是非常理想。但日本尤其严重,这与大地震有一定的关系。”

“赶超”中国企业迎上位时机

据市场调研机构GfK的统计,2011年,在中国电视市场,中国国内企业包揽了市场占有率前5名,市场占有率之和达57%。日本的夏普和索尼分列第六和第七位。

事实上,从9月开始,由于日系品牌市场份额的萎缩,日韩品牌市场占有率就开始持续上升,奥维平板研究事业部总经理刘闯指出,从数据来看,国庆期间,以三星和LG为代表的韩系市场占有率从8%上升至11%,以创维、TCL、海信为代表的国产企业市场占有率从58%上升至68%。

近日索尼宣布,任命51岁的平井一夫为总裁兼首席执行官。平井一夫在谈论索尼崛起计划时表示,应放弃传统LCD液晶电视市场,把更多精力用在OLED等产品的研发上。

不过,无论在整机领域还是在面板领域,日系巨头的生存空间都在被逐渐蚕食。帕勒咨询公司资深董事罗清启认为:“今后的全球彩电业的竞争将主要在韩国企业和中国企业之间展开。”

中国电子商会副秘书长陆刃波则表示,日系家电企业走上下行之路也与竞争对手分不开。随着中国和韩国家电企业崛起,中国家电产品不断降价,日系企业的优势越来越不明显。

生产液晶电视等须缴废弃电器处理基金

今后生产液晶电视机、等离子电视机、滚筒式洗衣机的企业都要按相应标准缴纳废弃电器电子产品处理基金,近日,财政部发布《关于进一步明确废弃电器电子产品处理基金征收产品范围的通知》(以下简称《通知》),明确了废弃电器电子产品处理基金的征收范围。

纳入基金征收范围的电视机包括阴极射线管(黑白、彩色)电视机、液晶电视机、等

离子电视机等,纳入征收范围的电冰箱包括单独外门的冷藏冷冻箱(柜)、容积≤500升的冷藏箱(柜)等。波轮式洗衣机、滚筒式洗衣机、整体式空调、分体式空调、笔记本电脑等也在基金征收范围内。

废弃电器电子产品处理基金是对电器电子产品生产者、进口电器电子产品的收货人征收,征收的该部分基金将对回收处理企业给予定额补贴。 记者 朱江华

家电行业三季度总库存达437亿元

据中怡康针对43家上市的家电企业发布的今年三季度财报进行分析显示,截至三季度总库存高达437.34亿元,而在此前半年报中,这一数据为415.12亿元,相比之下还有所增长。

今年以来,家电行业没有根本性的好转,仅彩电行业有小幅度上升,整体家电市场容量萎缩。上半年,国内冰箱行业整体销量同比下滑12%,销售额同比下滑7%;洗衣机销量与销售额均为负增长;空调销售量同

比下滑超过20%。对此,政府于今年6月启动了节能惠民工程,希望以此来促进市场消费。

中国家电营销委员会副理事长洪仕斌表示,家电市场竞争激烈,整体产量较高,从而导致了库存居高不下,这是家电企业的“心病”。如果不能很好地解决,那么将使家电企业不能集中精力进行产业升级,将有害于家电行业的长远发展。

记者 朱江华