

“互联网电视进行时”系列报道之二



当电视插上网线 电视潮人TCL玩转 “电影博物馆”

相比于电脑显示器,电视屏幕的视觉诱惑实在难挡,然而电视节目的精彩远远不及网上电影,如果用电视的屏幕来观看网上电影,那就是两全其美!

电视潮人TCL让电视搭上网络后,一连推出E9、M9、S9三大系列数十款互联网电视,只要插上网线,就实现了“两全其美”,进入了TCL玩转的“电影博物馆”。

网上电影,电视统统搞定

在互联网电视领域,早在十年前,TCL就曾与微软、英特尔等公司进行紧密的战略合作,与其他品牌互联网电视不同的是,TCL互联网电视凭借强大的网络影视下载功能,成为

最适合消费者欣赏网络视频的电视,是“新一代互联网电视”。

小陈是个典型的网虫,每天都从互联网下载电影、视频,在亲身体验了TCL的互联网电视后,他欣喜地发现,它竟然拥有与电脑媲美的强大下载功能,只要通过路由器连上网络,就能够实现影音视频的自动下载,而且还支持边看边下载、待机下载,方便省事。

三大系列,改变电视生活

在互联网电视领域,TCL三大系列E9、M9、S9的数十款型号彻底改变了电视生活,通过“MiTV影客下载引擎”,TCL互联网电视能够实现网络视频的直下载播放,通过PCLINK功能,电脑中的照片、

电影、音乐、视频,能够在电视上直接读取播放,让一家人坐在一起分享感动和欢乐。TCL的互联网电视,为用户提供了从视听内容到终端影音体验的完美解决方案,让消费者“通过电视看电影,与家人分享高清影片”,从此享受全新的家庭娱乐方式。

尤其是S9互联网电视,更继承了TCL旗舰X9高清影像互动电视的全部人性化创新设计。所有多余的、与画面无关的功能和按钮全部被巧妙地藏了起来,一体化的面板设计,使得电视更显简洁。前置流媒体接口设计非常贴心,还可配备数码娱乐托盘,用以放置MP3、数码相机、U盘等数码设备。

快报记者 王多

换季价格优势更明显

新居配空调 国美教您如何选

许多消费者在购买空调前大多会对技术、价格因素作一番比较,却容易忽视相关的售后服务问题和安装问题等。国美电器提醒广大消费者,其实在选购空调时应学会综合考虑。

买空调有窍门

国美电器目前正在南京开展“你心目中的金牌家电”评选活动,同时给消费者选购空调“支招”。

一是选品牌。选品牌实际上是选质量、选信誉、选保障。

二是选经销商和卖场。选择一个好的经销商和家电卖场购买空调就会使消费者的利益得到双重保证。经销商和卖场的安装维修技术水平很重要,它对保证产品质量起着十分关键的作用。

三是“看”。一是看产品技术。同一品牌不同型号产品其技术也有一定差异,一般来说著名空调品牌都有三种水平的空调产品:成熟技术产品、进口技术产品、具有独特附加价值的产品。二是看性能指标。特别是看能效比,能效比

越高,技术性能越好,使用也越省电。三是看国家有关认证。特别是必须通过国家家用电器产品安全认证,否则可能发生漏电、失火,危及消费者人身安全。

四是比价格。价格会受到季节、促销活动等众多因素影响。对于准备为装修新房而配置空调的消费者而言,还需要实际考虑的是——量房购买。一是不要贪大,有的用户喜欢购买大空调,这是不可取的,因为除了一些特殊因素外,家用空调都有它的使用范围。用户在选购时要根据自己居室的面积来选择空调的型号,一般可按下面的公式计算房间所需的制冷量、制热量:制冷量=房间面积×140W至180W;制热量=房间面积×180W至240W。此外还应根据房间的朝向、楼层高低及密封程度做适当增减。二是要根据房间的设计情况,灵活购买。不要像有的家庭那样,买一台大空调放在客厅,以保全室,这样不仅难保全室,还会

造成浪费。合理的做法是,应根据房型,买些小功率空调,各管各房。这样,表面看来,首期投入多,但长期看来,还是合算的。

空调折价 换季让利 金牌家电等你来选

南京国美电器从本周末开始启动“2009年新婚家装电器节”,推出生活电器200多种“套餐”组合。空调作为家电“套餐”的一个重要组成,将享受到国美联合厂家送出的“套餐大礼”,而作为换季商品,空调也将推出换季让利,双重优惠共同为消费者构建购买空调的好时机。

此外,现代快报联合南京国美电器“你心目中的金牌家电评选活动”目前正在火热进行,市民可以通过拨打86936672、84558134说出您最钟爱的家电品牌?哪款家电才是您心目中的金牌家电?留下您的宝贵意见,说出您的真实感受,您便有机会成为国美电器的“优秀家电裁判员”。

快报联合国美[消费者最喜爱商品]评选专题之三

南京国美畅销空调排行榜

金牌	美的	KFR-35GW/DY-J(E5)	5	三菱电机	MSH-FD12VC
银牌	格力	KFR-35GW/K(35556)D1-N5	6	奥克斯	KFR-32GW/EA(4)J
铜牌	美的	KFR-46LW/DY-H(E5)	7	格兰仕	KFR-35GW/DLL17-110
4	美的	KFR-35GW/BP2DY-E	8	志高	KFR-35GW/MD(M76B)+4

夏普发布LED背光 AQUOS LE700A液晶系列

2009年8月,夏普正式发布AQUOS LE700A系列液晶电视,一个崭新而独立的视听时代拉开序幕。LE700A系列是夏普推出的采用LED背光灯技术的液晶电视。LED被誉为下一代背光源技术,具有更加节能、环保、寿命长等优势。与常规CCFL背光灯系统比较,夏普LE700A系列独特的LED背光灯系统可以做到对亮度更

好的控制,结合当今世界最高水准之夏普日本龟山原装的X-GEN面板,LE700A系列得以将画面对比度提高到极高的水准。

相比同类产品,LE700A系列液晶电视更加注重产品在环保、节能方面的开拓,所具有的LED背光灯系统亦会在成功节能的同时极大地减少二氧化碳的排放,彻底做到无水银添加;此外,LE700A

还为用户配备有“节能模式”,用户只需简单操作就可以设置一些重要的节能模式。

此外,引起媒体广泛关注的夏普60E77A液晶电视也将在国庆之前正式上市销售,该型号是夏普首款60英寸FULL HD液晶产品,其优质的大屏画面效果以及极具竞争力的市场价格,将进一步丰富夏普2009液晶电视产品线。

王多 整理

布局5大产品体系 奥克斯空调彰显立体优势

经历了2009冷年的跌宕起伏,空调产业整阵待发后又迎来了2010冷年的市场开局。种种迹象表明,在行业经历了发展的低谷后,国内领军企业在技术创新、产品制造、成本控制、市场管理等环节上再度蓄势待发,欲掀起新一轮市场攻势。



日前,记者从奥克斯空调获悉,公司已启动新一轮的市场布局,并率先发力产品营销,通过构建5大产品体系,借助产品差异化的定位,以及市场的细分化布局,从而在当前的行业环境和市场格局下,实现对市场的全覆盖和全方位竞争。

场份额争夺,又可以相互配合、抱团参与多个市场机会的抢夺,最终希望构建一套灵活而立体化的产品营销体系。

行业观察家认为,通过对产品的差异化定位,既可以突出单兵作战的灵活性,又可以通过各大产品线的优势资源整合,实现团队协作的综合实力。就像人的一个手掌,既可以用一个手指头戳人,又可以握成一团用拳头打人,体现了企业在灵活性和综合实力上的统一与协调管控水平。

记者注意到,以布局5大产品体系为突破口,奥克斯还在积极推动在市场营销、网络布局等方面的系统竞争力建设。在市场营销层面上,奥克斯实施从点到面的立体式营销,通过在技术创新、功能升级等方面的发力,重点突出企业在健康变频产品、节能技术、多层次市场营销等环境上的独到优势。同时,还积极根

据市场现状,构建覆盖于城市与农村多级市场体系的营销网络,利用苏宁、国美等家电连锁的网络平台,积极投身三四级市场建立品牌专营店和乡镇经销商网络,实现了多网点销售的系统发力优势。

近年来,奥克斯一直在推动竞争手段和模式的升级,核心就是要实现从价格到价值的转型,通过在产品创新力度、品质管理和控制、创新服务理念等多个环节上的系统发力,着力为消费者在产品价格之外实现新的增值与提升。像奥克斯高效空调的推广普及,不仅有利于推动产业的快速升级,还将加速行业的节能化改造,彰显大企业的社会责任感,通过实惠的价格体系为消费者提供多重利好。

家电专家坦言,家电下乡、以旧换新等政策的推出,是国家为消费者和企业搭建了一个多赢的平台。不过,从企业的角度来看,在市场份额最大化的前提下,还要彰显企业的社会价值。而奥克斯空调5大产品体系的布局,在市场层面实现了份额最大化的同时,也为消费者提供了多重增值平台,无疑实现了市场价值与社会价值的有机结合,必将全面领跑新年度市场竞争。

2010年锁定“前三甲” 格兰仕空调积极进攻战略升级

8月26日,“2010年度格兰仕空调中国市场年会”在广东顺德召开。格兰仕空调调整公司总经理韩伟表示,在国际金融危机的环境下,依靠“积极进攻”战略,格兰仕在2009年度成为空调行业增长率最高的品牌。2010年度,格兰仕空调仍将坚持“积极进攻”战略,全力冲刺行业“前三甲”。

据权威机构空调市场零售监测报告显示,格兰仕空调2009年度持续保持行业销量增长率第一。持续跳跃式的增长,使格兰仕成为中国空调市场上最具成长性的品牌。韩伟介绍,

“这都是积极进攻的成果”。

与会的众多电器经销商都表示,格兰仕空调增长最快首先是因为“进攻最早,抓住了先机”。格兰仕空调在2009年率先发动“能效起义”,将高效产品降价30%,这种抢先同行实施的“二级能效,五级价格”策略非常务实。中国家电协会副秘书长徐东生也指出,在国家“家电下乡”、“节能产品惠民工程”等政策出台之前,格兰仕已经自发通过“大篷车”普惠行动,向全国各级城乡推广高效空调。目前,在国家“家电下乡”中,格兰仕已有176款一、二级能效空调中标国

家“节能惠民补贴”工程。

在年会上,格兰仕空调高调宣布:2010年度积极进攻战略将再次升级,进攻目标直指行业“前三甲”。具体做法是:“将坚定不移地奉行‘二级能效,五级价格’战略,让格兰仕高效节能空调以最实惠的价格走进中国每一个城乡市场”。目前,格兰仕一、二级能效空调机型达到200多款,而且凭借国际化采购、订单式生产、全球化销售,格兰仕空调的成本控制始终处于行业领先水平,这也为格兰仕空调大幅度的让利提供了可能。快报记者 沙辰

活动时间: 8月29 - 30日

现代快报&TCL彩电联合推广

TCL互联网电视普及大风暴

拥有一台会自动升级的互联网电视,就不用担心电视会落伍了!

TCL互联网电视的三大领先优势,让您的生活从此与众不同:首先,独有的后台在智能升级系统,不断让您的电视添加最新实用的功能;其次,您可以下载观看您最喜欢的电影;而且,还能在线观看热播的影视剧,让您的生活始终与精彩同步。

TCL联合全国商家共同让利,让您的生活在火热的八月惊喜升级!

提前电话预订、网上预订、现场预订,还有特别惊喜等着您!

网络报名地址: <http://tech.163.com/digi/tv/> (网易-家电频道首页)

活动地点: 全省各大家电卖场TCL彩电专柜 详情以商场公告为准

预订	4006-018-098(南京)	13814616655(南通)
咨询	0510-82326379(无锡)	4006-330-611(苏州)
热线	0519-88138060(常州)	0511-85211702(镇江)
	0514-87205117(扬州)	0517-83717255(淮安)
	0516-83810522(徐州)	13375258260(盐城)
	13505125780(泰州)	0518-85832016(连云港)

您说革新 我们领先

广州2010年亚运会合作伙伴