



打完“中秋之战”，彩电圈马不停蹄地进入了为期七天的十一“黄金战役”，这也是各大彩电品牌一年中最盛大的旺季时段，尽管2010年的上半年彩电圈的热闹指数远不及2009年，但并不影响品牌间的你争我夺，2010年的全年业绩，“十一”无疑是关键的一战，彩电大军会上演怎样的一场大战？

将普及LED进行到底

记者在南京主要家电卖场采访时了解到，今年十一LED的销量占比突破实实在在的40%应该不在话下，从目前各品牌的出样布局来看，LED产品已占到所有出样产品的6成以上。连锁卖场相关销售人员告诉记者，通常情况下，同样尺寸段的LED与LCD的差价在1000-1500元左右，但是目前很多彩电品牌已经开始推出低端LED来冲击LCD市场，通过缩减价差来普及LED。记者在卖场对消费者的随机采

访中了解到，面对相差无几的价格差，大部分消费者还是会选择LED，而放弃LCD，毕竟LED从画质效果以及节能省电方便的表现的确明显优于LCD。各个彩电品牌更是早在一个月前就开始了大规模的LED普及活动，为黄金战役做铺垫。

“互联网”功能成标配

互联网电视经过了不到两年的市场磨练，从TCL独家单打到目前的遍地开花，互联网功能已深入人心，成为不可或缺的电视标配功能。

康佳发布了搭载开放式应用平台的网锐二代新品，通过SDK软件开发模式，搭建类似于苹果Appstore的网锐功能平台，最终实现全民参与内容建设和建设的平台模式。海尔的模卡电视早已深入人心；长虹面向LED、互联网、3D三大热点实施的开放式战略布局，充分发挥了长虹作为中国彩电业元老的综合实力优势。而海信在稳居国内LED液晶电视市场头把交椅后，更是将互联网功能升级为“三网融合”，海信电器推出的蓝擎LED电视，已经具备了三网融合的功能，实现了

首创家庭健康运动 创维E70再塑深圳创新

近日，中国彩电行业领导品牌创维集团创新推出了旗下最新产品——首创电视与家庭健康运动相结合的LED电视酷开E70系列。创维酷开E70 LED电视主要创新点在于首创“健康运动平台”功能，其中“酷开健身房”是产品最大亮点。产品通过运动器材（跑步地毯）与电视连接以后，通过电视菜单给自己的运动设定一个环境，让你即使在家里运动，也有在大自然户外运用一样身临其境的体验。

“将电视和健康运动结合在一起，这也是全球首创的”，创维集团中国区营销总部市场部总监王海表示，“这种创新能力已经成为创维的核心竞争力，创维酷开E70健康运动电视就是一个很好的例证。”

体感游戏并不是一个新鲜词，在创维“健康运动平台”具有的多项运动功能中，“健康跑步功能”备受顾客青睐。“锻炼要起作用必须要全身运动”，一个坚持了多年公园跑步的马大爷告诉记者，多年跑步是使得自己的身体保持旺盛的秘诀。调查发现，寻常老百姓健身的首选项目是跑步，经济又有效。

目前，创维在LED产品领域已经占据了优势领导地位。据悉，创维酷开LED品类家族拥有近十强行业领先健康科技，目前上市的LED电视总共有超过10个品类50余款不同尺寸的产品，遥遥领先彩电同行。刘荣枝表示，创维LED转型战略已经具备充分的市场基础和产品基础，创维将率先发动LED全民优惠大普及，做全国产品升级换代的“试验田”。

快报记者 沙辰

聚焦彩电2010“黄金战役”

电视与电视、电视和电脑、电视与电话的互通。

3D电视争先推新

尽管3D电视的销量一直差强人意，但接着中秋国庆两大假期，不少彩电品牌还是争先推出了3D新品，抢占高端市场。

据悉，在中秋三天假期中，长虹3D欧宝丽电视在一周内销量突破万台。作为3D领军企业，长虹今年向市场推出了63英寸、58英寸、55英寸和50英寸近10个型号的3D电视。据奥维的最新统计数据：自9月18日至今，短短一周，通过对全国561个市县5129家门店的零售监测，长虹3D电视共销售109856台，零售量份额为45.75%，零售额份额为40.12%，

每日最低销售数为800台/天，中秋三天，日销售量超过2000台/天，此次长虹3D电视周销量超过万台，创造了历届中秋小长假单品销售奇迹。

海信隆重推出了“海信智能3D LED 邀您畅享精彩一刻”活动，消费者可以在当地家电卖场亲身体验“可以点”“可以传”“可以联”“可以玩”的海信Hi-samrt智能3DLED电视，并参加多种令人心动的购机赠大礼活动。

但相对于LED、LCD来说，无论厂商还是消费者对3D电视的认识还是相对理性的，难怪卖场的不少销售人员纷纷表示，3D电视是来了，但3D时代还有些远，3D电视的热销程度虽有明显提升，但和2D电视相比还是有相当距离。

快报记者 王多



史上“放血”量最大团购9月30日开场

恋上国美 还给你最“干净”的低价

据悉，国美目前经营运作完全未受影响，国美电器有史以来，资源最丰富，促销周期最长，力度最大的十一促销已经引发。9月30日，国美将再度联合全市13家门店启动万人团购，依托300亿资源，60%直降，抛却一切华而不实的促销噱头，坚持让利到底，还消费者一个“干干净净”的购物假期。



60%直降开启 9·30万人团购夜

国美电器在9月30日晚，以新街口新活馆、江东门店、建邺万达广场店、桥北店、上元大街店作为主会场，联合全市13家门店启动“开创低价新时代，9·30万人团购夜”让利专场活动，以此开启整个十一黄金周促销序幕。届时，新街口·新活馆将联合House365装修公社启动专场团购；南京交通台著名主持人薛子会前往江东门店帮助消费者现场侃价。南京交通台周全前往万达广场；十八频道张彤、李钰前往桥北店；上元大街组织起万人团购引爆整个江宁地区家电市场；其余8家国美门店均开展各自的团购活动。9月30日，国美百花齐放，让利“百家争鸣”。

今年的9·30团购是南京国美迄今为止投入资源和力度最大的一次专场活动，在集团300亿采购的基础上，南京国美整合自有资源，一次性投入近20亿的商品资源。

不光是消费者，国美9·30团

购还吸引了大批媒体和商家的关注，多方异业合作，让消费者在国美享受优质低价的同时，还分享到资源整合后多方商家提供的联合惠利。

团购当天，不仅所有的十一特价商品，超过1000种的丰富商品和礼品也将悉数放赠消费者。

LED液晶普降3成

十一期间，国美LED液晶将普降3成，3D电视也会成为优惠的重点产品，平均让利幅度维持在30%至40%之间。

据悉，彩电新能效标准的出台将极大地推动LED的普及，也客观上拉低了传统液晶电视的售价。同时随着上游LED面板价格的降低，LED液晶终端售价有望进一步降低。有专家称，未来一两年内，LED将成为高端液晶彩电市场主角。

国美相关负责人介绍，目前LED正逐渐成为消费者喜爱的彩电产品，在一线城市，LED已经基本成为主流产品。顺应消费需求多家液晶电视厂商也均将LED列为重点推广产品，并不断

推出LED新品。今年十一黄金周期间，国美将联合厂商加大对LED电视的促销力度，32英寸LED液晶电视将跌破3000元，42英寸LED液晶也首次低至4200元，降幅均超过3成。

20亿生活电器订单 启动下半年最大规模让利

国美电器为备战十一黄金周，生活电器的采购额高达20亿元，对市场上主流畅销的电饭煲、微波炉等小家电给予重点备货。为方便消费者的选择，满足消费者的差异化需求，国美在生活电器每个品类均推出了样式新颖的优惠活动。消费者可以在销售人员指导下“先试后买”。

厨房生活电器部分产品甚至跌破行业成本价。国美联合九阳、苏泊尔、利仁、美的、飞利浦、ACA、东菱等众多品牌食品加工机推出“品质生活从食品加工机开始”活动，让消费者享受行业最大力度的让利优惠。此外，国美还联合电磁炉厂家推出“营养有我，美味由你，无火的健康”

活动。国庆期间，苏泊尔、海尔、富士宝、奔腾、TCL、美的、东菱、双喜等品牌全线降价，电脑蒸气微波炉将跌破600元，2000W整版触控跌破200元。

冰箱洗衣机5折起

国美在今年十一冰箱、洗衣机采购金额高达50亿元，这些促销资源将在十一黄金周期间集中投放，部分冰洗产品将降价50%。业内人士分析，此次国美大规模采购将大幅拉低冰洗产品的市场价格，冰洗产品“抄底价”有望在十一黄金周期间出现。

据了解，国美的采购订单囊括西门子、海尔、美的、LG、三星、海信、容声、美菱、新飞等国际品牌的热销及新款冰箱产品。国美电器相关负责人表示，当前三门及三门以上的多开门冰箱市场份额正逐渐扩大，尤其在一线城市，时尚的三门及三门以上冰箱已逐渐成为市场主流。因此，国美加大了对这类冰箱特价机的集中采购，并联合各大冰箱、洗衣机品牌厂商集体大幅让利。

洗衣机方面，因得益于最大规模的采购订单对拉低洗衣机的价格的影响，今年十一，国美销售的洗衣机尤其是滚筒洗衣机将出现大面积价格调整，特别是滚筒洗衣机最低价格有望达到1500元以下，最高降幅将达50%，这将成为消费者抢购的最佳时机。

70万部智能手机 拉低市场30%

国美电器集采70万台智能手机，涵盖了三大运营商近百款市场

主流智能手机，十一期间，近百款智能手机将以低于市场30%的价格在国美销售。专家称，国美大单采购将推动智能手机进入平民化时代。

众多知名智能手机新品也选择在国美首销。如HTC渴望系列，依托Android 2.2系统平台，搭载1GHz处理芯片，让用户可以更快地进行互联网浏览，多任务切换，拥有更顺畅的视频播放体验。诺基亚推出的新一代C7，该型号配备800万像素双LED补光灯，运行Symbian 3操作系统更流畅，使上网浏览更容易方便。另外，MOTO也将选择在国美首销新品XT502，它应用Android 2.1操作系统，消费者上网浏览页面发微博操作等更加便利。

