

2011 聚焦元旦家电圈

元旦的三天小黄金周,家电圈一如既往地不缺人气,在圣诞大捷之后,元旦3天假期更是各路品牌看好的黄金时节,于是促销、新品接踵而至。

“不闪式”成就健康3D新视觉

从电力驱动眼镜在闪烁中成像的快门式3D到最终的裸眼式3D,不闪式3D因多项技术突破而向前迈进了一步,其出色的3D画质效果和健康护眼性能让业界和大众耳目一新、充满期待。多家电企业基于对不闪式3D电视的乐观前景已经迅速跟进。据了解,创维、海信、康佳等家电企业已于2010年底和2011年上半年发布各自品牌的不闪式3D电视,不闪式3D的联合阵营已经迅速形成。新年伊始,不闪式3D登场拉开了3D电视的技术比拼新一轮的序幕,不闪式3D携六大技术优势、突出健康护眼性能,将在2011年3D市场展现强劲的竞争力。

具体说到不闪式3D的技术突破,LG Display全球CEO权映寿将其归纳为六点:相比快门式3D,不闪式3D具备6大技术升级,无闪烁、高亮度、无重影、便利的眼镜、240Hz高刷新率以及高科技。从这六点技术升级来看,不闪式3D是在3D画质效果和健康护眼两方面发力,力求将3D技术发展引向更加人性化的方向。

这六项升级中,高亮度保证了画面更清晰、色彩层次更丰富,立体影像更鲜明;240Hz高刷新率配合IPS硬屏自身快速的液晶分子响应时间,使画面更加流畅、3D画质更高。此外,不闪式3D仍然具有1920×1080的分辨率,完全可以呈现全高清的优质3D画面。此外,无闪烁、无重影、高刷新率及便利的眼镜等几项技术升级,则是在3D电视的健康护眼性能上取得了突破性进展,使不闪式3D比传统的3D技术更具有人性化的特点。

实际上,3D电视的健康问题是一直伴随着2010年3D电视的发展的。根据专业调查机构——尼尔森去年针对传统3D电视的一项消费者调查结果显示:一半以上的人认为在3D电视中观看半个小时电视节目后,3D眼镜让他们感觉不舒服;而在经历过3D电视的体验之后,因观看感受不佳,使有购买意的受访者比例从体验之前的25%降低到了12%。从中不难看出普通消费者对3D电视健康和便利舒适性非常重视。

作为上游面板厂商,LG Dis-

play推出的不闪式3D技术已经被业内普遍认为能够有效突破3D健康问题。在不闪式3D技术的六大技术优势中,不闪烁、无重影、高刷新率、眼镜更加便利等均使3D电视的健康护眼和观看舒适度等突破了从前。根据专业机构对快门式3D电视及眼镜系统的测试,闪烁能量指数达到600以上,而同等条件下对不闪式3D电视及眼镜的测试,该系数小于1。这中间几百倍的差距使不同的3D电视对观看者眼睛甚至大脑的伤害差别到底有多大,也许还需要专业人士进一步地研究。但从人们常识性地判断,还是更倾向于闪烁能量越小越好。因此,从不闪烁到不闪烁,不闪式3D技术突破的意义非同一般。

家电消费出现“家族式”购买效应

面对林林总总的家电品牌,消费者常常陷入选择太多的尴尬境地,于是口碑相传成了相当重要的推广手段。记者在采访中发现,“家族式”购买效应正在家电消费中蔓延,业内专家对此分析,“家族式”购买的原因是产品本身赢得了用户口碑,因为有了亲朋好友之间口口相传的口碑,才出现了“家族式”购买的现象。

据悉,为了庆祝海尔全球第1亿台冰箱在意大利生产基地下线,海尔冰箱自2010年10月15日开始,面向全球海尔冰箱用户开展了一场规模宏大的寻亲活动,旨在通过寻找“寿星冰箱”与“最大海尔冰箱用户家族”发现产销量超过1亿台的秘密。截止到12月8日,共有60万来自欧亚美不同地区的网友参与这项活动。

同时,本次寻亲活动也找到了很多海尔冰箱用户大家族。其中,在网友上传的资料中,青岛孙晓晨的家族以实际拥有23台海尔冰箱的最高记录成为最大的海尔冰箱用户家族。此外,还有很多家族也是10多个家庭都选择海尔冰箱。

相比1个家族23个家庭都购买海尔冰箱,全球1亿多个家庭集体选择海尔冰箱成就了其成为世界第一品牌。如今,海尔冰箱已经连续20年蝉联全国第一、连续3年蝉联世界第一的品牌,在全球用户首选的背后,反映了海尔冰箱无论技术创新上,还是产品创新上已经成

为世界冰箱行业的领导者。

成为世界冰箱行业领导者的突出表现是:其高端产品被中外竞争对手集体模仿。据了解,由于卡萨帝法式对开门冰箱对传统对开门的结构设计进行了全新的革命,其超宽横向空间布局克服了传统对开门冰箱空间狭长带来的制约,提供了前所未有的超大储存容积,从而为追求高品质生活的消费者提供了无穷的生活灵感。至此,困扰传统对开门冰箱60年的空间布局被正式打破,卡萨帝法式对开门冰箱因为是原创,而成为世界高端冰箱的翘楚。正是因为有了这项革命性的创新,中外竞争对手开始扎堆模仿。市场与竞争对手的认可最终成就了海尔冰箱三度蝉联世界第一的宝座。

LED迎来2011年“开门红”

尽管3D的视觉冲击力很是抢眼,但并未影响LED在2011年元旦的好势头。分析其原因,除了受益于平板电视能效标准出台后,消费者对LED电视消费热情的空前释放外,各彩电厂商的力度优惠也是重要原因。

据悉,清华同方电视在12月21日就在全国拉开了“同方LED,让生活更美好”的LED电视普及风暴活动。元旦三天,清华同方所有LED电视品类均实现大幅增长,全国销售屡创新高,清华同方LED普及风暴在新年“初战”实现全面胜利,全面领跑节日市场。与竞品传统的价格拼杀不同的是,清华同方电视以“同方LED,让生活更美好”为纲,以为消费者提供最适合的产品、更美好的生活为宗旨。同方多媒体产业本部副总经理王向东认为,产品创新必须以消费者的需求为原点。只有把握住其消费心理,才谈得上持续创新,才谈得上创造顾客价值。近年来,清华同方电视在布局全产业链过程中,持续关注消费者需求,不断增强企业创新实力,掌握了LED芯片的关键核心技术,通过多年发展,“全产业链”服务广大消费者的品牌理念深入人心,已经成为引领LED电视产业发展的主要带动者和行业领导者。在本次LED普及风暴中,清华同方依托全产业链,大量备货高端科技LED电视产品,做好了充分的前期准备。

快报记者 王多

2010年B2C爆发

2011年网络购物将爆发增长拼信用

“通过网络购物的用户在不断增长,其中38%的用户至少每月网购一次。不网购的人口比例由2007年的20%下滑至12%。收入越高,网购的频率越高。”刚刚过去的2010年,以网络购物为突破口的中国电子商务行业出现了井喷式增长,百花齐放、鼓乐齐鸣的局面让业界人士齐呼行业第二春已经到来。来自淘宝网有关专家分析表示,随着信息科技和互联网不断深入人们的生活,电子商务已经在未来的消费和营销中发挥举足轻重的作用,而在2011年以及未来的发展中,除了传统的拼价格外,拼信用度、拼服务等将会成为一种必然。

作为一个互联网的产业,2010年中国电子商务的跌宕起伏绝非偶然,其中2010年中国B2C网上零售市场规模已突破1000亿元大关,环比增长373%,2013年将达到6500亿元。易观国际研究认为,在2011年中国B2C一只脚将迈入成熟阶段,而刚刚过去的2010年只是成熟前的阵痛。

2010年无疑是国内的团购元年,千团混战硝烟四起。“2010年教会中国团购网站一件事:必须敬畏消费者团结起来的力量,因为团购让他们来获得前所未有的话语权。2011年将是团购网站拼信用、拼满意度的战场。”淘宝聚划算平台总监慧空说。他强调信用体系的完善与否是吸引这些合作伙伴的关键,在这一方面,淘宝

具有7年积淀的完善网购信用体系,2011年,聚划算将把完善信用体系作为重点,让更多的合作方、消费者放心选择。最新数据显示,目前聚划算总成交额已超过2亿元,500万以上人次参加了淘宝团购。有关人士指出,淘宝聚划算远远超过其余所有团购网站交易额之和,已经确立国内最大团购网站地位,其策略值得整个行业思考与研究。

“没有团不到,只有想不到。”不团寻常物,是聚划算从最初就与其他团购网站最大的差异。据悉,聚划算从3月开团至今总团购下单人次超过500万,总交易额超过2亿元,每月平均交易额超过2500万元,最高峰值日的交易额超过1000万元,本月20日启动的年货大团购活动,使其又一次刷新了国内团购的市场纪录,两天内团购出63万多件产品,21日单日团购总金额高达3059万元,也为2010年这个团购年作了一个完美的收尾。有分析人士认为,疯狂的千团混战后,团购行业逃不开行业洗牌或是竞争淘汰。李开复(微博)曾预测:“团购大战后,1000多家团购网站只剩下约10家有规模、能盈利的;这10家分两种。第一种:精通线下推广、平衡用户商家利益、帮助商家增回头客、重视商家质量诚信;第二种是如腾讯、点评这样的巨鳄。第一种将被第二种边缘化,除非他们能模式创新或打造品牌,形成壁垒。”快报记者 徐勇

2011苏宁引领彩电行业全面进入大尺寸高智能时代

如果说2010是LED、3D彩电迅速发展的重要元年,那么2011年就是彩电智能化发展的重要阶段,也是彩电发展的一个必然趋势。近几年来彩电行业的发展可谓日新月异,从球面荧光屏到纯平,再到等离子、液晶,彩电的硬件不断发展,带给消费者的感官体验也在不断地发生着变化。曾经叱咤中国彩电市场多年的CRT在一、二线市场近乎绝迹。2010年也被行业称之为“液晶电视的统一时代”。从苏宁元旦期间彩电销售可以看出,LED电视与50英寸以上的大平板彩电已成为目前彩电消费的主流,从2011年初便开启彩电大尺寸、高智能发展的精彩序幕。

从家电零售连锁的龙头企业苏宁电器了解到,LED背光技术,由于其优良的发光技术与工作原理在节能低碳的同时为观看者提供了靓丽的画面感受,也将推动未来影像方

式发生根本性变化。因此,自从LED电视在苏宁上市以来便受到消费者的追捧,仅在元旦期间,苏宁的LED电视销售占比就超过了传统LCD液晶,达到55%以上。

据了解,苏宁电器在元旦后彩电依旧魅力不减,不少在元旦期间无暇购物的消费者,在节后关注家电市场,苏宁电器特联合三星、夏普、先锋、海信、创维、索尼等全球数十家知名彩电品牌厂家力推多款迎合市场主流的大屏、LED、3D电视,加大资源投放力度,特惠升级以全面回馈消费者。消费者至苏宁电器活动门店购46英寸及以上彩电即获赠苏宁阳光包,享受更为全面的彩电售后服务,省钱又省心;购买LED、3D大屏彩电即有机会获赠超值液晶电视,同时购指定型号40英寸及以上彩电还可获赠蓝光播放器、机顶盒等超值豪礼。

江苏互动
Interactive TV

新年看互动,精彩我掌控!

互动置换 心动升级

新年特惠

南京有线 “机顶盒免费升级置换” 火热推广中!

新年期间,用户参加小区现场置换,可免费获赠互动机顶盒,更有互动点播费、有线宽带等好礼相送;同时还可保留旧机,以惊喜价添置新机。

新的一年,拥有互动电视,即刻畅享影视点播、节目回放、卡拉OK等多种互动新功能!

江苏广电网络股份有限公司南京分公司
JSCN
JIANHUA WANGLUO GUANLI BUREAU TELEVISION NETWORK COMPANY NANJING BRANCH

详细请拨打客服热线:96296 www.njcatv.net

蓝线小区名称每日公布于南京市广电149频道