

记者在对卖场终端实际销售的采访中了解到,2012的这张五一黄金周销售成绩单并不尽如人意,尽管各种方式的价格战如火如荼,但实际购买人气却让厂商失望多过希望。一直处于销售高峰的五一黄金周,再大的促销难道都已成鸡肋?“五一”一过,2012年基本已走过一半,下半年的家电圈又将面临如何的态势?

□现代快报记者 王翌羽



# 家电圈 销售“不黄金”

解析五一成绩单:  
做足促销功课  
人气不够理想

【彩电】不少彩电品牌市场部相关人员均表示,一场精疲力竭的价格战伤了品牌却没能挽回预期的人气。在采访中记者了解到,赶在五一前各品牌纷纷推出的智能电视新品已成为假期促销的主角,而非智能电视产品更是将价格打到历史新低,某品牌50英寸彩电价格居然跌破4000元。

各国产彩电品牌表示,最要命的是外资彩电尤其其日资品牌这个五一也参与了价格战,凭借外资品牌在南京消费市场的认可程度,对国产高端彩电产品线无疑是个不小的打击。

【空调】早在3·15就该启动的空调旺季,却因为天气的持续凉爽而迟迟无奈搁浅,好不容易盼来了五一小长假,却又因为连续三天的凉爽阴雨天让各空调厂商大失所望。

眼见着日益上涨的原材料成本,空调涨价应该已成定局,但记者从卖场销售现场发现,五一空调价格基本处于稳定,尽管不及其他品类家电的降幅,但也并没有因为旺季的到来而上涨。

圈内人士表示,南京的空调保有量已经很高,因此空调销售主要来自新房或装修来增加需求,但近期楼市低迷以及天气因素直接导致空调“五一卖不动”的反常现象。

透过五一成绩单,展望2012下半年

【彩电】  
智能云电视有了“智商”标准

现阶段,智能手机、PC等信息终端的普及,以及三网融合、内容、操作平台的不断改进和完善,为智能电视的迅速发展提供了必要的技术条件。在经过了一年多的上市销售后,智能电视产业逐步迈向成熟,产品渗透率迅速增长。据中国电子商会消费电子产品调查办公室调研数据显示,目前智能电视产品渗透率已达20%,预计今年底将突破30%,销量将超过800万台。对于彩电圈来说,智能云时代无疑是今年下半年的绝对主流。

语音识别已成智能标配

2011年,由于技术的不成熟和消费者认知的局限性,智能电视消费数量有限。然而,经过近一年的电视产业链培育,智能电视技术已趋近成熟和完善,内容、软件提供商也在不断扩大和完善,智能电视已经从“伪智能”迈向“真智能”时代。为了满足消费者不断提高的娱乐视听享受和对智能电视操作更流畅、反应更快捷的需求,今年的智能电视新品在硬件配置上,全部由2011年的Andriod2.0上升为4.0。在软件应用上,语音识别、手势识别也已成为了各品牌智能电视的标配功能。

体验是王道简易是根本

智能时代,电视本应该是由“看”到“操作”的转变,智能功能也是体验出来的,而非讲出来的。海信智能新电视把电视节目

按栏目、时段、用户地域等维度进行分门别类,以导航界面呈现,让顾客对正在播放的节目一目了然,无需频繁换台即可方便观看,大大改善了顾客收看电视节目的体验。电视能否识别、是否具有快速反应的能力,还需要消费者亲身体验。

【空调】  
空调价格,大幅涨价有点难

关于空调涨价的言论似乎一直没停过,但为何迟迟未出现大幅涨价?某些品牌某些机型甚至出现稳中略降?

有业内人士表示,今年的空调行业可说是十年来压力最大的一次,首当其冲的就是大量库存如何消化的问题。每年的5、6、7月是空调真正的销售旺季,这三个月的销售通常会占到全年销售的60%~70%,而它同时也是冷冻年度(每年的8月1日到次年的7月31日,通常被认为是一个冷冻年度)的最后三个月,显然,厂家冲销量、决定成败靠的就是这三个月。除了高库存的困扰,自去年下半年以来,空调市场就出现了不同程度的内外销疲软,一厂家负责人告诉记者,寄予厚望的五一小长假虽然做足了促销资源功夫,但热望中的“井喷”却未能如往年般出现。

某种程度上说涨价就意味着被对手抢去先机,涨价就意味着失去市场份额,涨价就意味着更多产品的积压——如果货全砸在渠道商手里,不要说赚不到钱,甚至连资金周转都成问题,直接的后果就是下一冷年“连盘都开不了”。

## 互动活动链接

4S花落准妈妈

想拥有外表潮酷、内在丰富的天翼智能手机吗?赶紧拍下你在天翼手机专营店内的照片,登录新浪微博编辑“#天翼手机专营店#+我与专营店的合影(合影照片中必须体现专营店特征)”,并@现代快报。我们每周都将有效参与粉丝中抽取一名获得南京电信提供的千元智能机一台;每月抽取一名幸运粉丝获得电信版iPhone4S,赶快行动吧!

本期获得千元智能机的粉丝为 NJ王国云(微博昵称),本月获得电信版iPhone4S的粉丝为秋忆\_Crab,请二位读者继续关注本报微博,我们会通知您领奖时间和地点。在此小编还要提醒大家的是,微博格式一定要正确,以免搜索不到您的微博。



## 全方位贴心服务 就在天翼手机专营店

家住中华门的邹大爷已到了花甲之年,从年轻时起,邹大爷就是远近闻名的“时髦人”,“那个时候啊,他是我们工厂里穿得最帅气的小伙子,我第一眼看到他的时候就喜欢他了。”邹大爷的妻子如今提起当年事,眉眼还依然充满春风。

眼看随着年龄越来越大,邹大爷的时髦劲头却丝毫不减,儿子总是笑着说,“我老爸可比我们潮多了,我这个手机用个四五年都不会换的,我爸可好了,没事就喜欢研究新手机,还会背着我们悄悄去买。”邹大爷则认为,“过去我们老话常说落后就要挨打,所以作为老年人,精气神一定要十足,不能落后于这个时代。我现在就在用触摸屏手机,不仅能及时享受到新技术,又能经常活动活动手指,不会得老年病。”

最近,常爱出门走走的邹大爷发现,在瞻园路夫子庙牌坊旁的路口,一家有着翠绿门头的天翼手机专营店开业了,走进去一看,邹大爷乐了,从700多元的普通手机,到价值5000多元的高端智能机,在这里,都能亲自操作到。“最初买了触摸屏手机后,用不惯,老觉得按不准,而且这些智能机还是蛮考验我们老年人的,好多软件看不懂,也不会操作。现在好了,家门开了这样的店,店里面的小伙子小姑娘都很热情,手把手地帮我下软件还教我用。”店员小李称,“每一家天翼手机专营店都配备了笔记本电脑,内置电信独家的天翼手机助手,拥有最新的智能手机软件,只要是天翼的手机用户,都可以在此享受免费的应用安装服务。像邹大爷这样的,我们就会根据老年人的特点,在他的手机里安装一些适合这个年龄层用户所需的程序。”

热门手机推荐:  
入门级大屏手机 酷派5860

酷派5860外观设计简约大方,正面配备一块4.0英寸电容触控屏,分辨率为480×800像素,显示效果十分清晰。机身背部内置一枚300万像素摄像头,基本可以满足日常拍照需求。硬件配置方面,酷派5860的表现也令人满意,这款手机搭载了主频为800MHz的高通处理器,整机运行速度比较流畅。系统方面,该机采用了时下流行的Android 2.3操作系统,用户可以通过内置的电子市场下载自己喜欢的软件。

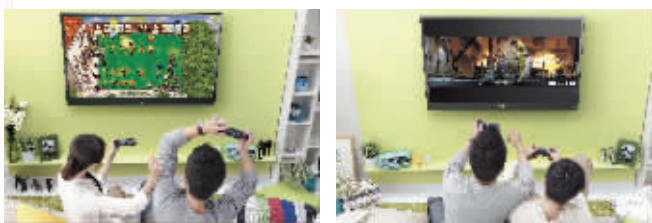
本期应用推荐:家常菜谱

家常菜谱为您提供各种家常菜谱的做法,轻松学会家常菜的做法。菜式涵盖四川菜、广东菜、浙江菜、上海菜、湖南菜、山东菜、福建菜等。精选用户最喜爱的1500篇精美图文的家常菜谱作为本地数据库,充分满足你日常的菜谱烹饪需求,即使离线,也同样能让你美食无忧!强力推出独一无二的网络搜索功能,让你实时搜索美食杰网站的最新数据库,实时搜,实时下,20万菜谱的最新数据库,更有厨房百科,营养健康,药膳食疗等非常实用的生活信息,让你没有找不到的菜谱和厨房知识。

俞婷



## 在一起,更精彩 联想智能电视精彩上市



随着科技的发展,越来越多的电子产品不断出现,大家开始习惯于你玩我的平板电脑,我刷你的手机微博,我们找到了属于自己的那份乐趣。但是家人之间曾经的那份亲密感,也因为电视机被冷落而变得疏远。智能电视的出现,为我们和家人重新找回那份共有的快乐,为家庭关系的更加亲密创造了条件。本周二,联想集团在北京举办了“联想PC+战略暨智能电视发布会”,宣布联想智能电视K系列的四款新品在国内正式上市。凭借在个人

计算领域的优势和对用户需求的深入理解,联想携手高通、谷歌等业界顶尖合作伙伴,整合全球价值链体系,倾力打造了联想智能电视产品。

作为全球首款采用Android 4.0操作系统的电视产品,联想智能电视搭载了性能强劲的高通双核1.5G智能处理器。依托联想“软件、硬件、云端服务三位一体”的研发能力,联想智能电视带来了三大创新体验。一是人性化的人机交互,比如简洁直观的“三明治”用户界面,集触控、语音、空鼠、重力感应、智能键盘、传统电视遥控于一体的六合一遥控器。二是高品质的视频点播,联想和SMG旗下的百视通合资成立“视云网络科技”,专门为

联想定制了海量高清正版在线视频资源,目前已达30万小时。三是基于开放平台的丰富应用,借助联想乐商店的应用开发社区,联想已为智能电视定制开发了涵盖游戏、教育、社交、生活服务等领域的千余款精彩应用。

联想此次推出的K系列智能电视共有四款,分别是55英寸屏幕的K91、K81,42英寸屏幕的K81、K71,价位从14999元到6499元不等。借助与IT、家电渠道商的紧密合作关系,以及自有的强大PC渠道,联想将为智能电视构建覆盖广泛的销售通路,包括:全国性和区域性的家电、3C连锁卖场,以及联想专卖店、网络销售等各类渠道。

现代快报记者 俞婷

## 创维开启航天大篷车 全国巡展首航

作为中国航天事业合作伙伴,创维集团于4月29日在沈阳、洛阳、徐州三地同时开展了盛大的航天科技巡展活动。创维集团将通过大篷车路演的形式,在全国近200个城市进行航天巡展,使消费者在近距离接触航天科技的同时,畅享创维最新云电视及3D技术盛宴。活动时间预计从今年四月延续到2013年。

据悉,活动现场通过“太空环”、“月球模拟器”、“月球球”、“航天模型”、“航天食品”等航天产品,邀请消费者进行多维度的航天体验,市民可以通过对航天员专业训练用“太空环”游戏、航天员

专用食品试吃、航天服试穿、月球球、月球模拟器等多项航天用品的体验,近距离地了解航天员的训练及日常生活状态。

作为中国航天事业的合作伙伴,创维首创将云技术运用到电视领域,通过强大的云平台,可以实现电视与手机、平板电脑等移动设备的互联,多个用户之间可以共享资源。在航天体验中,创维云电视可将消费者现场体验的照片随时上传到云空间,也可以通过炫酷的一键甩屏功能,将现场照片发到电视上播放。同时,创维还将高调展示全球首款具有健康管理系统的云电视。

现代快报记者 王翌羽

## “海信电视”登录“阿里云”

5月8日下午,海信集团与阿里云计算有限公司在海信总部正式签约,共同拓展云端业务。

双方约定,将在云计算基础服务、云电视操作系统、智能电视应用及智能交通等领域展开广泛合作,海信智能电视将在阿里云提供的云存储、云服务器等支持下进一步

提高智能电视的体验升级,增强云端服务能力,便利用户更容易地查找和共享内容,享受各种网络服务,提高用户黏性和终端吸附力,而阿里云也由此获取海信数以千万计的用户服务。双方的合作也标志着智能电视产业生态产业链的最新拓展。现代快报记者 沙辰