

2009彩电半年盘点： 创维成特写镜头

“山重水复疑无路，柳暗花明又一村。”经历过2008年彩电市场的腥风血雨，2009年国产品牌意外的获得了市场大翻身。据权威数据显示，2009年度上半年国产品牌市场占有率达到了80%以上，国产品牌再次胜出，其中以创维品牌作为国产彩电市场冠军逆风飞扬，在全品类销售市场排名全国遥遥领先。分析、归纳、总结创维在经营、管理经验等方面，记者特别专访创维集团彩电事业部副总裁、营销总部总经理刘棠枝。

液晶制胜，战略先行

记者：2008年和2009年上半年，创维均取得不俗业绩，你认为企业成功的关键原因何在？

刘总：企业内部经营管理系统和外部良好的营销环境都助力于企业取得成功，我认为其中最关键部分是创维实施了液晶普及战略并获得竞争优势。创维液晶战略从2005年企业产业链管理变革为基础，如打造全球最大的平板生产基地创维石岩科技园、创维液晶模组生产基地、创维创新设计中心、创维物流工业园等硬件基础；在营销管理上，坚持实施液晶普及计划，赢得了市场和消费者的认可。

人才效应：创新的源泉

记者：创维为什么可以在经营、管理和营销领域不断进行创新和变革，超越其他国产品牌？

刘总：关键是创维人的创造力，一方面，灵活、有效的人才激励政策使得创维各个系统的员工能够充分发挥潜力，人尽其才，从创新、管理、执行等各个层面均富有想象力；另一方面，企业也不断的引入国内、国际优秀人才加盟，使企业不断向现代化企业管理国际化进军；另外，创维的人才理念也得力于企业文化支持。

做实产品：建立产业标准

记者：根据报表发现，创维酷开TV多媒体娱乐电视是创维目前的明星产品，深受市民青睐，该产品核心的竞争力在哪里？

刘总：酷开TV成功的关键原因在于创维凭借在液晶领域的综合实力优势，实实在在的做实产品、做好产品，从消费者需求为出发点，建立了多媒体娱乐电视的产业标准，包括产品标准、技术标准和市场标准。比如，从3C融合角度分析，酷开TV多媒体娱乐电视比目前市面上的互联网电视就更加标准，它为消费者提供多元

化的娱乐方式以媒体娱乐体验。

增值服务：酷开模式的核

记者：消费了创维酷开TV不断免费的获得MV、电影、音乐教学软件的赠送，这一服务是否增加了企业成本，你们又是基于何种考虑？

刘总：酷开模式的核心

内容是创维创建电视产品的高清内容服务平台，为消费者创造使用中的服务价值，这是创维酷开产品的核心竞争模式，目前是独一无二的。比如说，一般产品顾客购买即完成了商品交换，顾客不能再获得企业提供的产品增值；而酷开产品则不同，消费者不但买了酷开产品，还可源源不断的获得免费的内容支持，并为顾客进行终身产品服务。

开创LED元年：创维再次领航

记者：专家预测彩电行业下一次升

级浪潮将是LED电视，部分品牌早已推出该产品，创维是否有机会把握先机？

刘总：市场机会未成熟或者产品未成熟就急切的推广产品，在创维看来是不可取的。目前市场上的部分LED产品在技术组合上我认为还存在缺陷。在2009年创维成功完成液晶普及战略后，将启动和开创LED战略行动。相比其他品牌的LED产品，酷开LED在各方面，均超越其他品牌，创维有信心首开LED电视元年，成为LED产品国内第一品牌。



精品推荐



家族新贵K歌液晶电视 47L03RF

创维L03系列酷开TV秉承多媒体娱乐电视设计理念，全球创先内置家庭KTV娱乐系统及Mr.Mic智能评分，率先支持720P RM视频格式及1080P H.264高清网络电影播放，并具备IPS硬屏240Hz等创新技术功能。酷开03系新品将主推K歌娱乐功能，该系列产品涉及32寸到47寸各大型号。其中创维47L03RF极为引人注目，是L03系列中的旗舰机型。

据了解，创维47L03RF酷开TV在此前能K歌的基础上，升级了应用技术，已经成功内置了类似KTV的点歌系统和类似湖南卫视“挑战麦克风”节目的Mr.Mic智能评分，更加方便用户点唱和检验演唱水平。

电影娱乐不二选择 42L02RF

对于爱K歌的朋友来说，创维42L02RF液晶电视真是一个不错的选择，不仅买回家就有3000余首歌曲可以随心K，而且还可以根据自己的爱好，下载最新的歌曲来唱。

42L02RF将类似影音风暴一样的播放器UPLAYER和KTV卡拉OK点歌系统植入电视机内，还可以在电视上可实现自编MTV等都非常具有可玩性，个性化很强。有着SRS音效系统和HDMI的技术，SRS是目前市场上最专业的汽车音响和电视音响系统，所以这款电视的音质可谓是非同凡响，加以HDMI的高画质高音质的传输，真正的能实现最完美的影音效果。



本版采写 马菱 周霜

家电经纬

“家电下乡”彩电市场创维优势胜出

近日，记者从国家商务部家电下乡数据中心得到一组权威数据：截至今年六月，家电下乡彩电领域，国产品牌以97.15%市场占有率的绝对优势胜出，其中创维以21.75%的总体销售额占比领跑彩电行业。国家家电下乡施行至今，已经带动至少100亿元的销售规模，以创维为代表的国产品牌借助家电下乡利好政策，在广阔的农村市场实施战略布局和品牌建设，值得关注。

国产品牌占绝对优势

2009年2月1日始，家电下乡政策

由山东、河南和四川三省试点转向全国全面推广。全面推广半年来，农村消费得到拉动，农民生活条件得到改善，国内彩电企业也在利好环境下大施拳脚，收获颇丰。记者在数据中看到，国产品牌以创维为首市场占有率97.15%的绝对优势在家电下乡中胜出。其中创维、海信、TCL、海尔、长虹等五大品牌市场占有率达到85.17%，国产品牌占据了绝对的优势。

创维成彩电下乡最大赢家

记者在数据中看到，从产品竞争

分类来看，创维彩电占据了绝对的优势：创维LCD占比累计达34.6%，全品类累计占比达21.75%，LCD销售和全品类销售双双排名第一。

记者了解到，早在2007年，创维在全国范围推行液晶下乡和液晶普及计划，随着创维液晶倍增计划的推动，在2008年和2009年的家电下乡招标中，创维是液晶产品中标最多的企业。创维液晶产品阵容强大，从19寸到37寸，创维家电下乡中标产品近20款。

农村液晶市场将持续繁荣

记者在数据中发现一个很有意思

的现象：CRT与LCD电视的销售占比约为1:1，即各占50%，其中26寸液晶电视销售一枝独秀，其市场占有率超过25%。这个现象出乎很多人的意料：鉴于农村消费能力，家电下乡CRT电视的量应该占据绝对优势。

业内人士预测，今后一段时间，随着国家政策推动、企业积极响应，高性价比的液晶电视将在农村迎来新的销售高峰。刘棠枝总经理表示，整合品牌、服务、新品、增值功能、新技术等多种优势，创维将快速打开液晶电视在农村市场的销售局面，让农民也能用到高质量、多功能、优服务的液晶电

Skyworth 创维
健康美妙生活

酷开LED
多媒体娱乐电视

酷开LED 娱乐薄时代



酷开LED 10系列

- IP硬屏240Hz
- 酷K（语音点歌、自制MTV一键录音、Mr.MIC智能评分）
- 在线酷影
- 酷开学堂
- 音乐相册
- 酷开UI
- 3G酷影（720P RM、1080P H.264）
- VII 第二代数字引擎
- 双屏科技
- 第三代六基色
- 10Bit色彩提升技术
- 内置2.1声道数字音响系统
- SRS Tru Surround XT环绕声



创维集团全国统一服务热线：95105555