



恰逢TCL集团三十周年，TCL启动了规模空前的全国厂购会，而此次厂购会的第一站，即是山东省。“去年8月，TCL山东分公司已经做了一次厂购会的急先锋，3天销售突破10万台。今年借30周年之际再次发力，必能创造一个全新的销售纪录！”TCL山东分公司总经理马全军告诉笔者。

蓄势三十年 TCL发力山东

——TCL山东总经理马全军接受本刊专访，称要刷新山东彩电行业销售新纪录

□ 本记

笔者：作为行业人士，您觉得2011年彩电在产品以及技术方面会有何发展趋势？3D和互联网是这几年彩电行业的关键词，那么2011年是否依然会朝着这两个方面发展？

马全军：从2010年的数据来看，今年将会有三个显著的趋势：第一是LED电视将成为市场主流。随着2011年上半年国家对高耗能液晶电视准入门槛相关政策的出台，2011年更加节能的LED也将历史上首次超越LCD，进入LED普及阶段；第二是3D电视价格大幅下调，市场份额大幅提升。2010年被称为是3D电视的推广元年，但一组数据显示，3D电视产品目前主要活跃在国内的一二级市场，其零售占比仅有5.6%，原因一是其价格高昂，二是3D片源还不丰富。不过，新的一年3D电视的价格将逐步接近2D电视的平板价格，市场份额有望在2011年突破30%；第三个趋势就是平板电视智能化。随着硬件、网络、软件、资讯等基础产业和应用的发展，国家三网融合战略的推进，电信网、广

电网和互联网将更加迅速地相互渗透、互相兼容，并逐步整合成统一的信息通信网络，这些必将带动更多变化无穷的云端设备开发，全程在线和触摸技术将成为该类终端的共同特点，智能平板电视也将迎合市场需求，成为厂商重点投入的产品方向。

笔者：众所周知，TCL在智能互联网电视方面一直是行业领先者，并且今年3月23日在北京召开了超级智能电视的新品发布会，从互联网电视到智能电视，请问TCL在产品技术上做了哪些准备？

马全军：智能电视现在还是一个比较新的产品，但是我说另外一个产品大家会比较熟悉，就是智能手机。我们知道最早的手机用于通讯，后来手机有了新功能，包括可以上网，可以玩游戏，但它的很多功能在出厂就设置好了，那个阶段可以对应于我们的互联网电视阶段。去年出现的智能手机，就是把微软的系统做到手机里面，使得手机变成了可以操作选择多种应用的平台。但是智能手机之路还没有走完，现在又出现了一个超级

智能手机的趋势。

电视的发展也是一样的。在2008年的时候，国内还没有真正开始做智能互联网电视，但是TCL已选择了这个路径。智能电视中最重要的一个基础就是操作系统的选择，在2008年的时候，TCL集团工业研究院方面就已做了很多的投入，我们选择ANDROID并开始研发。在北京发布的所有ANDROID TV，我们都做了大量的投入，前期已做了很多基础工作，这些都保证TCL智能电视有很大的发展。这是第一个因素。

第二个因素，智能手机也好，智能电视也好，未来谁能赢得市场最重要的一点，就是操作系统的开放平台。诺基亚放弃了自己原先的操作平台，虽然诺基亚是全球最大的手机终端生产厂商，产量可能过几个亿，但它以这么大的终端量都不能维持自己的操作系统平台，就是因为它整个应用系统的框架是不开放的，得不到社会上各种应用资源的支持。道理一样，手机和电视谁做得更开放，更具有广泛性，就更有未来。这也是TCL一直在努力去做。我们在工信部的牵头

下，也正在做这方面的标准制定工作。

笔者：我们了解到，TCL很早就推出了裸眼3D电视，在2011年TCL在3D电视上有哪些规划？

马全军：据专业机构预测，2011年3D电视出货量将达到120万台，2011年销售额有望达到11亿美元，到了2013年将激增至1560万台。行业整体对3D电视在2011年的爆发期望很高，TCL已为3D时代的到来做了充分准备。目前，TCL是全球唯一同时掌握裸眼、快门和偏振光三大3D显示技术的彩电企业，并正在牵头制定中国3D电视行业标准。从产品上来看，TCL配备了业内领先的3D智芯引擎和八大核心技术，而且在上半年会陆续上X9200、V8200、V7200、V6300以及等离子3D P620等新款，配合目前65寸P10系列，P6100系列，将形成中国最为强大的3D电视产品“鼎足阵营”，TCL 3D产品也因为卓越的品质受到消费者的广泛欢迎，2011年，TCL的高端产品将全部3D化。

笔者：今年是TCL集团30周年大庆，五一节假日也很快到来，除了新品之外，在促销活动推广方面TCL会有何大动作？

马全军：对，TCL集团30周年大庆是贯穿2011年全年的一个主题，为此我们也准备了一系列的品牌推广活动和促销推广活动。4月初我们已经启动了全国厂购会的序幕，去年8月份，也是在山东，我们发起了彩电行业第一场厂购会，3天销售突破了10万台，从销售数据上来看，消费者对这种活动形式还是非常认可的。

今年我们仍然会选择山东为第一站，一是因为这里有雄厚的群众基础，TCL品牌深入人心，二是因为去年山东站的厂购会是全国第一场，也是最成功的一场，考虑到山东的厂购会经验，希望今年能够通过空前的让利和充分的准备，刷新去年的销售纪录。从目前的认筹状况来看，这一目标的达成应该是没有任何问题的。

在TCL集团30周年之际，我也想借机向山东的父老乡亲们问好，感谢大家对TCL的支持，我们会在新的一年里，为大家提供更好的产品、更优的服务。

美的电压力锅全入味系列新品上市

开启智能营养烹饪时代



3月31日，美的在广东顺德的电压力锅生产基地举行了新闻发布会，家电行业领导、营养领域权威专家及数十家主流媒体共同见证了美的“全入味”系列电压力锅新品上市。据了解，此次美的推出的“全入味”系列电压力锅新品，不仅意在为消费者提供更美味、更营养的食物，也着力于促成整个电压力锅行业的全面升级，引领中国家庭进入智能营养烹饪的新时代。

两大技术保证营养全面入味

笔者了解到，美的全入味电压力锅均采用了i-EAT

立体控压技术与压力精控五步曲技术。据美的电压力锅公司总经理张宪福介绍，这两项技术是美的经过两年的潜心研究，成功研发出来的。

“i-EAT立体控压”技术，采用完整的测温感压控制时间系统，能够精准测温、控压，使得不同食物在不同温度与压力环境下进行烹饪，达到最佳口感及营养。

“压力精控五步曲技术”是通过电脑芯片控制，改变了单一温度烹调，使得食物经过微压预热、低压软化、高压析味、中压焖炖、保压收汁五个不同温度的烹

调过程，全面提升食物的口感和营养。

经过实验证明，应用“i-EAT立体控压与压力精控五步曲技术”能够给烹调出来的食物五大提升：食物内部入味的提升、食物汤汁保留率的提升、食物口感改善的提升、烹饪饮食安全提升和脂肪分解率的提升。

斥资亿元推广全入味电压力锅

据悉，美的从2005年开始进军电压力锅行业，从当初的10万台到2010年的900万台，美的实现了跨越式腾飞。据中怡康最新数据显示，美的电压力锅以近42%的全

国市场占有率独占鳌头。

据美的日电集团中国营销总部生活电器销售公司总经理马刚介绍，2011年，美的将斥资1.5亿元用于“全入味”系列电压力锅新品的市场推广，力争销售突破100万台。

年产1600万台 布局全球最大电压力锅基地

据了解，为抢占更大的市场份额，美的电压力锅新的生产基地已经投入使用。该生产基地占地超过10万平方米，投资配套项目包括总装工厂、机加工厂和新建注塑车间。具备年产1600万台的生产能力，是目前全球最

大的电压力锅生产基地。

目前，中国电压力锅市场正处于上升期，美的电压力锅的强势发力，也彰显了其巩固领头羊位置以及带动行业升级的决心。

全国家用电器标准化技术委员会秘书长马德军在发布会上指出，美的全入味电压力锅的上市，不仅能给消费者带来更健康营养的食物，还能使电压力锅行业形成一种良性竞争的环境。作为行业的领军品牌以及电压力锅行业标准小组组长单位，美的通过不断的创新突破，带动着整个电压力锅行业的发展升级。