

外资发力欲夺市场 期待高清电视商机



主持人:朱江华

大连
东芝电视
有限公司
总经理
川上亲久中国
电子商会
副秘书长
陆刃波国家
广播电视
产品质量
监督检验
中心主任
李剑

主持人:近日,中国电子商会消费电子产品调查办公室发布的《中国平板电视城市消费者需求状况调研报告》显示,受金融危机冲击,外资彩电去年年底以来,在华采取的是收缩战略。随着全球经济逐步复苏,三季度平板电视外资品牌在华的市场份额已回升至32%。未来还将呈继续回升趋势,因此,业界普遍认为,外资彩电将通过发力抢夺失去的市场份额。

川上亲久:受金融危机冲击,全球电视机增长缓慢,但我坚信中国将成为全世界最大的一块市场这一点,因为中国电视机每年都在快速增长,2009年平板电视降到2500万台的销量,预计明年中国平板电视市场需求接近3000万台。因此,东芝战略方针强化REGZA系列产品能力,追求卓越感,本质感,高品质,让消费者追求真正满足的电视机,来提高东芝在中国市场占有率。

陆刃波:2009年上半年,外资品牌在中国的市场的拓展力度放缓,一是外资品牌是一个全球性的品牌,而全球的市场拖累了整个外资市场;二是所有的外资品牌基本上没有新品推出,造成销售份额急剧下

降,国产品牌的份额远远大于外资品牌,但随着全球金融危机消退,中国平板电视市场的销售的旺盛,到2009年第三季度外资彩电品牌在中国市场的份额开始回升,预计四季度外资品牌平板电视的销售需求、销售量和销售额将继续放量。

李剑:2009年,中国经济的平稳走势稳固了消费者对需求的旺盛增长,平板电视市场更保持了高速的需求攀升,预计2010年液晶电视市场增速超过了40%。但国家广播电视产品检测机构,最为关注的还是彩电产品最本质的技术性能,就是电视的画质和音质方面的表现,从电视设计的理念来看,任何电视新品,都必须符合时下的消费需求。

主持人:业界普遍预测,2010年中国平板电视市场竞争的焦点,一个就是LED电视的竞争,还有一个就是网络电视的竞争,这只能表明中外平板电视在硬件方面的对抗,那么,中外平板电视另一个对抗的标志是否就是表现在软件方面如画质和音质的提升起到实质的效果,满足消费者的高清需求。

陆刃波:中外主流彩电品牌已经实行LED电视的推广和制造,现在涵盖了16英寸和65英寸的规模,并逐步实现在大中城市消费认知增长,并逐步成为消费市场主流趋势,估计2010年中国LED电视市场将达到400万台,数字电视一体机的销量增长最为迅猛,证明数字电视一体机正迅速被中国的主流消费者所接受。虽然包括东芝、LG、TCL、长虹、海信、康佳等国内外品牌都先后推出了数字电视一体机,但其产品线布局和市场推广力度不同。

李剑:现在的平板电视在市场上80%的产品是高清的,相当一部分就是1920×1080的水平,在线的效果

和画质的提升是彩电市场的永恒话题,谁可以作出技术性的突破,谁可以赢得市场和消费者的信赖,希望生产企业在软件和硬件两个方面不断地改进,提升产品的品质,真正体现一个企业的综合实力。

川上亲久:非常优秀画质的电视就是东芝追求的目标。而东芝让消费者记住的就是东芝的超解像技术,以东芝多年的彩电研发经验为支撑,加上我们半导体处理这方面的优势,我们有非常强大的芯片可以支持我们可以全面的多的,综合汇聚现在所有的最高端的影像处理技术,得到最高的影像画质。因此,超解像的功能就是能够提升画面的质量,提升画面的清晰度。

主持人:11月6日,东芝在“2009东芝REGZA电视新品媒体鉴赏会”上,强势发布了SV650C、ZV650C、XV650C三大系列9款搭载了东芝最新科技元素的全高清液晶电视,并宣称2010年东芝彩电战略目标是销售份额要占到外资品牌的20%。

李剑:这次东芝的发布新品阵容中,SV650C是东芝第一款采用LED背光源技术,也采用了东芝睿智LED背光源,根据图像、信号、画面、分区的画面不同,控制相应分区的发光强度,结合超解像技术,使REGZA电视画质得到了很大的进步,这说明东芝电视SV650C系列LED平板电视凭借优质的表现,技术上的领先可以成为LED市场上成为最有竞争力的一款。

川上亲久:此次东芝推出了9款FULL HD规格的新品液晶电视,充分体现了东芝对中国彩电市场的重视。新品分别有LED系列的SV650(55英寸和46英寸),高端LCD的ZV650系列(55英寸,47英寸和42英寸)及普及型的XV650系列(52英寸,46英寸,40英寸和32英寸),并且有占领国内高端彩电市场的决心和战略。

陆刃波:此次东芝推出的九款电视都是内置了数字电视一体机的功能,所以从消费者的结构来看超解像技术的高清技术,全面满足了消费者的购买需求,这样的产品会获得中国消费者的欢迎。也坚信东芝依托电视强大的技术优势,将会有活跃的市场表现。

每周声音

陈晓:家电连锁亟须提高毛利

中国家电专业连锁行业已经在行业整合角度,已经完全领先于国内其他零售行业。不过国内品牌的附加值和国际大品牌的附加值仍然有差距,如果不进行采购变革,将会在企业长期持续的发展上面面临挑战。国美电器董事局主席陈晓在中国连锁业年会上就“中国专业家电连锁与国际差别”时称。

杨东文:彩电业迎来黄金新十年

已成明日黄花的CRT电视将加速退市,PPD等离子电视陷入绝境难有作为,而当前保有量逾4.3亿的CRT电视更新换代形成的巨大市场份额,将左右国内平板电视厂商竞争格局的风向标。因此,中国彩电产业正迎来液晶时代新的“黄金十年”发展期。创维集团副总裁杨东文就“国内彩电行业大势”时作出如此乐观判断。

川上亲久:中国一体机市场将复苏

随着中国在上海、北京等9个城市又开播了高清频道,数字电视一体机的销售将走出低谷,预计明年中国数字电视一体机市场将迎来大发展。而东芝电视在中国市场的战略是通过推出高画质的数字电视一体机新品,来提高在华的彩电市场占有率。大连东芝电视总经理川上亲久就“2010年东芝彩电战略目标”时断言。

吴文新:变频空调争取350万台

2010年,美的变频空调国内销售目标将确保300万台,争取350万台。新冷年变频空调销售目标的增长来源于对市场的准确把握和对变频空调未来发展的坚定信心。美的家用空调国内事业部副总裁吴文新就“美的在原200万台的基础上,冲击300万台销量”时透露。

李东生:借互联网电视突围

广电总局并没有要求不能做互联网电视。目前TCL正在积极做互联网电视的产品准备,希望进一步扩大互联网电视的比例。TCL集团董事长李东生就“如何走出低毛利的怪圈”时指出。

告别日电视 互联网电视升级大抢购

TCL“买1000立减200”活动进入倒计时

自在本报刊登TCL互联网液晶电视11月14~15日“满1000立减200”的优惠活动以来,咨询预订的顾客已经远超预想,今天是13日,TCL互联网液晶电视“满1000立减200”的优惠活动进入倒计时,顾客到商场TCL彩电专柜进行预订,据悉,凡在本周提早参与“满1000立减200”预订活动的顾客除可享受最低换购价外,还可获赠价值490元液晶美容套装一套。

记者走访卖场了解到,由于TCL互联网电视更新快、功能领先、型号齐全,使TCL互联网电视成为卖场各大电视中最受消费者欢迎的

产品,尤其是家庭中的年轻群体。不仅销售量在同类产品中遥遥领先,同时更是赢得了消费者的好评。

据中国电子商会对互联网电视调查显示,61%的用户希望电视能接入互联网,74.69%的网民更愿意使用电视看网络视频,86%的网民则期望通过电视视频聊天。专业机构预测,今年是互联网电视的发展年,估计今年互联网电视将成为最火爆的产品。

TCL展开的“满1000立减200”的优惠活动,掀起了互联网电视的抢购大风暴!旗下多

款主力机型均参加此次优惠活动,数字互联网电视、蓝光互联网电视、双核互联网电视三大系列数十款型号的强大互联网电视阵容,都是今年新推出的精品机型,为用户提供了更大的选择空间。消费者提前电话预约,除可享受最低换购价及40英寸全高清液晶3999元、32英寸2490元等特价产品外,还可获赠价值490元液晶美容套装一套。该活动截止到11月14~15日,活动预订还有最后一天,还不快快搬台互联网电视回家,全家人一起开开心心地体验精彩!

晚报记者 樊无敌

志高空调:“节能惠民”热销

三超王夺冠

2009年,继国家“节能惠民”政策深入开展,行业展开了“节能竞赛”。由于家电下乡、以旧换新等多重政策的刺激,空调行业上演了逆势增长的好戏。其中,表现最为突出的是空调行业四强、国际上市公司志高空调。



节能惠民再获大奖

作为“节能惠民工程”中的“三超王”企业,志高1级能效产品中标数量最多、中标能效比最高、产品性价比最高。志高连番迎来大奖,并且于今年7月份在香港证券交易所主板成功上市(股份代号:00449.HK),标志着志高国际化运作的进一步深入。

日前,国家信息中心发布《2009年家用空调白皮书》,并授予志高“国家节能惠民贡献奖”,以及国内市场先锋品牌、国际市场先锋品牌等三项大奖。无独有偶,近日,财政部与发

改委公布了第六期《节能产品政府采购清单》,志高再次荣登采购榜单。

三超王成热捧对象

据悉,9、10月份连续两个月,志高国内市场销售保持着50%以上的增长率。这其中,志高三超王成为众多产品中的热销冠军。

三超王是志高专注空调行业15年的技术结晶,在高效节能方面达到了世界领先水平。如志高三核智能变频三超王凭借高达7.4的季节性能效比、低至20分贝的噪音值、超过90%的烟尘去除率,一举刷新了节能、静音、除尘三项

世界纪录。

三超王受到热烈追捧的原因之一也在于其高超的省电效用。据专家推算,志高效能比达7.4的数码三超王系列,年节省电费可达904元,使用8年可节省电费7232元;能效比达4.75的定频数码三超王系列,年节省电费可达631元,使用8年可节省电费5048元。省电功能可谓世界领先,大多数消费者看重的正是这一点。

15年铸就多重保障

志高在“节能”领域的卓越表现,是专注制冷15年、潜心钻研的结果。据了解,自清华大学第一代制冷博士后郑祖义加盟志高后,一直带领技术团队攻关节能技术。能效比高达7.4的智能变频三超王就是多年研究的结果。

正是由于专注专业、精益求精于空调领域,志高屡获权威肯定。如新近获得了国家出口免验、院士专家工作站等荣誉。而中标上海世博会再一次见证了志高产品的世界级品质。志高还无一遗漏地获得了中国名牌、中国驰名商标、中国出口名牌等顶级荣誉。

晚报记者 樊无敌