

年末特刊——面孔2009[黑电论坛]

关于黑色家电每个人都有它的思考和探讨,黑色家电随着我们生活水平的提高,我们越来越需要休闲,所以黑色家电的春天可能还会持续的延长。我们也共同期待着2010年黑色家电给我们带来更多精彩的生活,2010年敢问路在何方?

黑色家电的春天有多长?

黑电越来越娱乐化

主持人:2009年金融危机的时候,老百姓更多的是会想到实用一点的白色家电,因为要压缩家庭开支,黑色家电是不是冲击比较大呢?2010年黑色家电有什么样的发展前景呢?

谢宝明:就2010年电视行业发展趋势而言,肯定是凌乱的,但2010年肯定要有作为,因为2010年是一个超薄节能,而未来网络电视肯定是主流,将来的竞争应该是品牌的比拼。

主持人:2010年LED向超薄方面发展,而且还有网络概念的炒作。

胡学军:2010年产品业态上互联网将会大行其道,不是因为TCL助推互联网电视,而是LED、LCD是产品形态的发展,在互联网电视功能把消费者从电脑旁边牵引到电视机旁边,这个改变是很有意义的,因为互联网电视把娱乐、听歌、网上融合,达到了娱乐的功能。TCL在推广网络电视和互联网电视,把节能环保,作为2010年的主题,越来越突出,像很多电视都贴上一个电灯泡,这就表明我们电视机的耗电量跟一个电灯泡的耗电量一样。

主持人:海尔有模卡,这个旗号打得非常好,家长非常关心教育的问题。

程传岭:海尔始终致力于用户的需求,一方面满足用户的需求,另一方面创造用户的需求,通过创造用户的需求创造市场。

海尔彩电借着互联网的结合,在渠道拓展的同时,也在产品研发上大幅提升。海尔满足了三个要求:第一个是环保;二是保证娱乐化,不但能健身、学习同时又教育性。最核心的是第三个方面,实行了三网融合、三世界融合、三屏融合,我想这是未来电视达到的需求。目前,在河南市场,海尔魔幻电视不用机顶盒照样可以看电视,只要一个遥控器就可以把它实现了,这个在全国都是很少的。

同质化如何脱颖而出

主持人:现在平板电视普及了,但是家电同质化竞争比较严重,创维在差异化做得比较有特色。

王安德:2010年,对于彩电行业来说,LED是一个产业很大的转型机会,创维推出了一款革命性的产品——网络酷开电视,它是一款IPS硬屏超薄LED的媒体娱乐功能电视,强大的酷开操作系统承载了酷K、在线酷影、酷开学堂、音乐相册等播放器,配合创维赠送的无线路由器和无线网卡,可以在家里轻松实现唱卡拉OK,在线看电影、婴幼儿英语教育,听音乐看照片等娱乐享受。

但是怎么抓住消费者?除了产品具备越来越多的功能外,实际上我们的彩电已经不仅仅局限于彩电的功能上面。因此,老百姓的生活模式要改变。

主持人:作为海信电视河南老总你是否感到骄傲,因为这个彩电行业不受国际风云的变换,也不受春夏秋冬季节的影响,一直是四季如春的感觉。

李振晓:从2009年发展的走势看,2010年对整个彩电的增长是持续的,所以各大彩电品牌都在LED上,包括网络上、娱乐上,彩电的主要发展方向上都在做这些工作。同样我们海信一直在这方面做,大家都做就容易同质化。在同质化的竞争上,就看一个企业营销的组合、反应的速度、操作的决策能否快速的适应市场,从这方面看的话,我想我们如何操作2010年的市场?我认为我们要练好内部的内功,把企业的战略战术能够更快地贯彻到每一个终端,使每一个终端的能力都能达到我们所要求的能力。

主持人:传统的黑电,现在已经看到了五颜六色,说实话作为一名普通的消费者,不知道该怎么样来选择。作为行业专家,你对2010年彩电行业的发展变化,是什么样的看法?

贾福春:彩电行业是一个竞争最激烈、集中度最高的行业,在效率上、品牌上,大家竞争的差别很小,这几年产品的功能、技术、节能、配件也是同质化竞争非常激烈,所以我们看到了有创维的K歌电视,长虹的乐教电视,TCL的互联网电视,包括海信蓝媒LCD电视,在功能上、技



晚报记者 樊无敌 图

时间:2009年12月19日

地点:河南登封少林寺禅居饭店会议厅

参与嘉宾:罗清启 中国著名家电产业评论家
贾福春 北京大学经济研究所客座教授
程传岭 海尔集团中南大区总经理
李振晓 海信电器河南分公司总经理
王安德 创维电器河南分公司总经理
谢宝明 长虹电器郑州分公司总经理
胡学军 郑州TCL电器销售有限公司总经理

文字采写:樊无敌 晚报记者

术上,整个品牌上面几乎都是同质化的,没有多大的差异。

老百姓购买产品,一是选择性价比、综合效率最好品牌。国内前五名的企业几乎从人才高度竞争、市场的运作当中已经竞争到非常高的水平,谁想把谁打败或者谁想比谁在市场上多迈一点点都很困难。预计2010年,是一个持续家电产业比较好的增长的、快速的一年。它的快速增长来源于三个方面:首先整个彩电的消费结构变化。我们去年的海尔、海信电视、创维电视就提出来“消灭CRT电视”,前年TCL、长虹提出来“CRT电视逐步下降”,目前,CRT市场占有率在20%左右;二是国家政策。在家电产业出口受阻的情况下,我们在拉动内需方面做得非常好;三是2010年三、四级市场将成为一个热点,那么它整个爆发量将会大幅增加。

2010年黑电市场路在何方?

主持人:既然各位老总对未来充满希望,那么,作为中国家电产业资深专家对2010年黑色家电发展的方向做一个预测和分析!

罗清启:在座的企业都是2009年的受益者,受益的原因有两个:一是因为现在电视从它本身的生理周期来讲到了更新换代的时候,原来老的CRT电视很多年爆发,爆发了销量之后,十几年过去之后这个周期到了,周期有两个,这个周期到了之后第二平板电视的价应该接近消费者的购买力。这是它本身的一个生理周期。二是政策。

2010年彩电将发生三个纬度的变化:首先是显示方式。现在摆在我们面前的有液晶的、等离子的还有没有进入我们消费者的视线的有机显示。明年还是平板电视、液晶和等离子。但是明年有一个现象,长虹等离子可能要量产,量产的话这个等离子价格到什么程度?明年是两个轮子一个液晶一个等离子两个结构的变化。但是短时间内显示方式不会有大的变化,等离子也好、液晶也好,他们再做什么呢?主要做的事情是把成本做低就是边际成本降低。

二是大家都在做互联网电视,互联网电视是什么呢?就是说电视作为一个品牌的泛化,有好多功能。泛化是什么概念?电视打开了

一个封闭的箱子,原来是电视台给我们发送节目,现在你可以在另外一个空间寻找,比如现在大家都玩电视,电视从一个声像的窗口做Play TV,原来我们是收看,就是在电视里看到主持人说什么,现在要在电视上跟主持人玩,怎么去收看?这是定势互联网化的一个重大变化。但是这里面有一个很重要的问题,就是厂家如何抽取节目源,如果不从电视台抽取节目的话,那我们做什么呢?现在每家企业都在做,像创维K歌。这是电视的第二个变化,互联网是大趋势。

三是我们的电视每年从海外进口的液晶屏,它的价值在151亿美元,我们采购大飞机跟采购液晶屏是一样的。冰箱、空调、洗衣机这样的一些白电,电视是比较大的。在采购量比较大的情况下怎么办?国家开始采取面板的制造,现在有很多面板在中国已经制造了。也就是说明年在整个大陆上会有好多的面板线在同时进入,包括主力军,因为TCL现在做的新线明年投产,但是长虹明年可以量产。也就是说明年会怎么样?液晶短时间大屏幕的量产是不可能的,明年就是说可能我们在大的投入之后,国家4万亿之后,会有通胀的现象,到时,如果外国纸币侵入的话,我们可能实行贬值,这样会出现一个问题是什么呢?可能好多产品进来,但是价格在上涨,这个区域有一个问题就是冲销我们的农业政策,冲销家电下乡的政策,这个冲销之后会有一个大的价格压力。另外一个,我们的以旧换新政策还没有展开,2010年的时候就准备在有条件、有回收能力的区域展开。这个话是什么概念?大部分的地方是没有拆换能力,如果没有拆换能力的,我们城市的旧家电会往城市走,当你用很便宜的价格可以买一个大屏幕的时候,城市里原来花很贵的价格买的小屏幕电视可以往农村走。

佳能 IXUS 伊克萨斯广告舞者选拔大赛全国 30 强选手诞生



经过一个多月的激烈角逐,“佳能 IXUS 伊克萨斯广告舞者选拔大赛”全国 30 强已经诞生,由此也拉开了封闭晋级赛的序幕。这 30 名年轻人用炫丽舞步来表达追逐梦想、乐观进取、勇于挑战的生活态度,正体现了 IXUS 品牌的激情活力和时尚风格。在接下来的日子里,30 强选手将会接受主办方佳能公司为他们安排的封闭训练,在专业老师的指导下全面提升舞蹈技巧和体能,随时面对淘汰晋级的考验,最终脱颖而出的 6 名选手就是佳能 IXUS 2010 年新一季广告片中的主角。

在封闭训练期间,选手们将以视频和日记的形式,展示“舞蹈集中营”的生活点滴

与比赛进展情况,喜爱他们的粉丝也可以登陆佳能 IXUS 广告舞者选拔大赛官网,给予选手们真挚的支持,陪伴他们度过每一轮紧张的晋级。历经层层筛选,选手们站在属于自己的梦想舞台上,将会创造怎样的辉煌?梦想的大门已经开启,准备好了吗?就让我们共同见证!

想了解全国 30 强选手更多的心路历程吗?想第一时间看到选手们新舞蹈视频吗?想帮助自己喜爱的选手最终实现梦想吗?想感受新 IXUS 广告舞者诞生时的精彩与激情吗?请登陆佳能官网 www.canon.com.cn/ixuscolordance 或搜索“你好,色彩”。