



主持人:朱江华

创维集团  
副总裁  
杨东文中  
国  
电  
视  
行  
业  
协  
会  
秘  
书  
长  
白为民奥  
维  
咨  
询  
(AVC)  
总  
经  
理  
喻亮星

## 20.3%居全球首位 中企话语权加大

主持人:在2009~2010中国彩电行业研究年度上,来自奥维咨询的数据显示,过去十年中国平板电视零售规模保持了100%以上的年度复合增长率,由原来的不及日本一个国家、与欧美主流市场更是相距甚远的跟随者地位,到2009年下半年占全球20.3%、跃居全球首位的市场翘楚地位转变。

杨东文:尽管遇到了金融危机,但是在家电下乡、以旧换新等政策拉动与技术升级、消费升级的影响下,作为中国彩电企业通过营销创新取得成功的代表,创维经受住了考验,尤其是平板电视,2009年彩电行业销售额增加30%以上,企业利润水平均出现了较大规模的增长。但全球品牌的建设需要长期规划,可能要几十年或一代人的努力,我们这代人注定是中国籍世界品牌的殉道者。因此,彩电业正经历一场“破坏性创新”,中国品牌不进则退。转型期中国品牌有着不可想象的成长空间,只有那些充满远大理想,心无旁骛,准备充分的品牌才会胜出。

白为民:中国企业在平板市场的份额每年都在增长,这也为中国自主平板显示产业的发展注入了发展的动力,十年来,以平板电视为主的我国平板显示产业由小

到大,由弱变强,成为中国信息领域重要的基础性产业和战略性新兴产业,并带动了很多相关产业的发展,应该说过去的十年对于中国平板电视产业来说不仅是夯实基础的十年,也是中国的平板产业向世界展现辉煌发展的十年。据视像协会统计分析,2009年我国彩电行业总产量为9590万台,同比增长6.2%;预计2010年出口将达到5750万台。

喻亮星:2009年,是值得载入中国平板电视发展史册的一年,中国彩电行业正在完成从CRT大国到平板大国的转变,也是中国平板显示产业由成熟到高速发展的里程碑,而日趋完善的中国平板电视产业链已成为全球彩电市场的亮点,也成为中国彩电业全面腾飞的基础,因此,未来十年将是中国平板电视产业发展的“黄金时期”。

主持人:根据奥维咨询(AVC)预测,2010年LED背光源电视的销售占比将达到12%以上,进入高速增长通道。当前中国的平板电视行业又面临一次由CCFL向LED背光源转型的机遇,LED背光源不仅使电视厚度和重量均大幅减少,并且节能环保,同时还拥有更高的可靠性和稳定性,LED背光源将成为液晶电视产品的标配。

杨东文:LED TV肯定是主流,大众化产品,这是未来3到5年之内可以增长的品类。因此,创维将进一步丰富LED液晶产品系列,同时在生产、使用和处置过程中都更加注重环保、节能的要求。

白为民:由于目前众多彩电厂商都逐渐加入到LED电视阵营中,未来2年内平板电视竞争焦点无疑将首先锁定LED产品,而消费者也将因此获得更多的选择空间和价格实惠。2010年LED占彩电市场份额将达

35%~40%。目前购万元以上平板的顾客中,逾五成都是选购LED电视,这一比例还在提高。

喻亮星:2009年是LED电视的导入期,到2010年我们深信LED将成为市场中高端的普及产品。从行业产品需求趋势上来看,创维等国内外整机厂商推出多款的LED的产品,对于LED产业的发展产生巨大的影响,根据奥维咨询(AVC)预测,2010年LED背光液晶电视出货量将达1500万台。

主持人:在年会上,奥维咨询(AVC)预测,以目前的投资规模到2013年的时候中国的产能会超过一亿片面板,这样一个大规模已经超过了历史的增长。因此,产业在未来一段时间必将会出现大规模的兼并和重组。

喻亮星:重组原因第一个就是产能的过剩与规模不经济。最主要的原因就是主体过多,而不集中。这个能力不足以掌握市场的话语权的,所以从经济学角度来说,未来一段时间企业在平板电视或者是面板资源方面形成规模不仅是一种趋势,而且随着平板电视的不断成熟,整个的利润将会逐渐的下降,这是一个产业发展的基本规律,参与企业的过多和竞争的过度会造成利润的下降。

白为民:平板产业链是品牌竞争的末后推手,而每一个波峰对应国内和国产品牌的格局的影响,这种变化必然会导致国产品牌要逐步去谋取上游资源的话语权,才会出现2009年大规模的投资,展望未来,中国平

板电视行业将会呈现产业必将出现大规模兼并、重组;渠道变革与商业本质的回归是未来演进路径;需求升级成为产品与技术发展源动力;效率与差异化是平板企业未来制胜法宝几大特征。

杨东文:由于目前动工或签署协议的高世代线面板需要三年后才能量产,预计2012年全球2亿台液晶电视中,由1.2亿台将产自中国大陆。未来中国市场应该形成环渤海、长三角、珠三角三个液晶面板生产基地,但每个区域的主体应该尽可能集中,而不易过度分散。但一旦出现供过于求的情况,市场力量会通过各种形式淘汰,形成有竞争优势的企业。

## 海信蓝媒 LED电视虎年开门红

来自家电卖场的销售数据显示,在刚刚结束的2010年虎年春节黄金周期间平板电视销售最火爆,当仁不让唱起了家电市场的主角。特别是LED液晶电视销量迅速攀升,成为节日市场的抢手货,其中,平板巨头海信凭借其丰富的LED液晶电视产品线和强大的网络多媒体功能等技术优势以及大力度的市场促销活动最受消费者追捧,继续稳居中国平板市场第一把交椅。

面对今年春节黄金周市场,海信推出了“喜迎晶彩新春,海信蓝媒LED普及特惠”活动,真正将实惠让利给消费者。海信47英寸、42英寸、40英寸蓝媒LED电视价格已与普通高端CCFL液晶电视的售价相当,而且产品性能出色。海信销售数据显示,春节期间海信LED液晶电视销量较同期增长了数倍,在北京、上海、广州、南京、济南、青岛等重点城市市场甚至出现了排队抢购海信LED液晶电视的火爆场景。在代表未来电视发展趋势的LED液晶电视领域,海信领先优势继续扩大,当之无愧中

国LED液晶电视市场的龙头品牌。

LED液晶电视拥有“更节能、更环保、更纤薄、色彩更绚丽”的技术优势,已逐步被广大消费者所认可,2010年更是被行业誉为LED电视的快速普及之年。海信作为国内最早涉足LED研发生产的企业,以专家品质精心打造每一款LED产品,推出的蓝媒LED液晶电视集LED背光显示、全程高清,超级解霸、网络多媒体、极致纤薄等热点性能于一身,在实现完美画质、绿色节能等高性能的基础上,充分满足了消费者多元化的使用需求,它能够读取播放H.264、VC-1以及DTS等众多高清音视频格式,具有丰富的兼容性和海量压缩解码功能,可以说是多媒体中的超级“解霸”,也可以浏览网络新闻、天气、股票等资讯、收听最新在线音乐,并新增了在线观看视频节目功能,是一款真正的网络多媒体LED电视。

海信蓝媒LED液晶电视从外观到性能都实现了新的技术突破,是液晶电视在显示技术

与多媒体功能上完美融合的代表性旗舰产品。值得一提的是,在2009年12月份举行的国际电工委员会年会上,确定了由海信牵头起草LED液晶背光规范国际标准,该系列国际标准由中国企业负责制定,在这平板显示领域尚属首次。

根据中怡康数据显示,2009年海信电视国内市场液晶电视销售量占有率16.94%,排名第一,2010年1月,海信液晶电视继续高居榜首,至此,海信平板电视的领先优势在进一步扩大。在2010年国际消费电子展(CES)上,海信凭借在LED等高端平板电视领域中扎实的技术和一流的产品,荣膺全球五强,且稳居中国市场榜首。

2010年春节黄金周,海信蓝媒LED以完美的市场表现掀起了新春抢购的新浪潮,凭借着雄厚的技术积累、领先的研发速度、成熟的产品线和超前的新品上市速度,海信电视将继续领跑行业创造辉煌。

晚报记者 朱江华

朱言霖稿

### 事件:三洋电机再召回16万台问题洗衣机

4种型号实施召回的,其中包括AWD-A845Z、AWD-B860Z、AWD-S8260Z以及AWD-U860Z。

点评:这是继由于存在过热和破裂现象而被迫召回130万块手机电池后,日本三洋电机公司近日在总部日本宣布,由于洗衣机存在起火隐患,将对16.4万台洗衣机共有4种再次无奈启动新一轮洗衣机的召回。尽管三洋宣称此次召回不涉及中国市场,但对三洋电机来说无疑又是一次打击,因为洗衣机是三洋电机的主要业务。

### 事件:三星空调欲退出华南市场

据《IT时代周刊》报道,由于2009年三星空调的市场份额不到1%,业界盛传其要退出华南市场。

点评:三星空调在进入中国市场的几年里,从区域性大代理商,到团队直销,再到放弃部分区域性连锁,不断调整的销售思路不仅使其营销政策不能落实,更丢失了一批忠诚的经销商。营销渠道不稳定,反过来又引发了一系列售后服务问题,在消费者中造成了非常恶劣的影响。与之形成鲜明对比的是,中国成为全球最大的空调制造和消费市场,在外资一直垄断技术的变频空调领域,国产空调的市场占有率超过75%。

### 事件:洗衣机甩干羽绒服易爆炸

2月20日,通州工商分局发布警示,大多数洗衣机都不能洗羽绒服,尤其甩干时极易发生爆炸。

点评:羽绒服在甩干时会产生大量气体不能排出,在超过极限时就会出现类似的“爆炸”现象,极易发生危险,所以大多数洗衣机都规定不能洗涤羽绒服。因此,消费者在清洗羽绒服时,要选择有此功能的洗衣机。

### 事件:\*ST夏新重组进倒计时

2月11日,\*ST夏新2010年第一次临时股东大会会议审议通过了董事会和监事会换届选举的议案,并选举象屿集团董事长、党委书记王龙能为公司董事长,选举象屿集团董事长、总裁张水利和方任公司副董事长。

点评:重新选举董事会后,象屿集团已全面进入\*ST夏新董事会,这也意味着象屿集团重组\*ST夏新进入“倒计时”。由于连续3年亏损,\*ST夏新2009年5月27日起暂停上市,并随后开始了破产重整。象屿集团通过认购\*ST夏新对其定向发行的股份等方式向\*ST夏新注入净资产不低于人民币10亿元、且具有一定盈利能力的优质资产,使\*ST夏新恢复持续经营能力和盈利能力,成为业绩优良的上市公司。重组完成后,\*ST夏新将从手机行业进入物业。

### 事件:电饭锅电风扇加贴能效标识

根据国家发改委、质监局和认监委联合颁布的《实行能源效率标识产品目录(第五批)》公告及相关实施规则,自2010年3月1日起,生产、销售和进口的自动电饭锅、交流电风扇、交流接触器和容积式空气压缩机四类产品必须加贴能效标识,低于能效等级5级或3级的相关产品,均不得在中国内地生产、销售和进口。

点评:目前,市场上不足25%的自动电饭锅能够达到1、2级产品的能效水平,还有约10%的产品达不到强制性能效限定值的要求,这意味着将有1000万台电饭锅面临淘汰。而电风扇的市场主流价位单机将提高100~200元左右,将有10%左右的电风扇将被淘汰出局。