



总第167期



主持人：朱江华

新闻背景

近一年来,索尼、松下、夏普、日立、东芝,这些赫赫有名的“日本制造”巨头,却在近期屡遭“寒流”,而中国彩电品牌在全球市场占有率已上升至20%多,TCL、海信、创维更是挤入全球销量前十排行榜。但是我国彩电业还存在严重的产品同质化情况,另外一个是中国电视机品牌在海外知名度不高,再加上“中国产品廉价”形象,因此很难进入高端市场。那么,未来,中国彩电商家该怎么做才能走得更稳更远?

日企遭洗牌
中国彩电欲跻身世界三强

创维集团有限公司总裁 杨东文



TCL集团品牌管理中心总经理 梁启春



中国消费电子行业分析师 梁振鹏

主持人:根据市场调查机构DisplaySearch最新资料,索尼、夏普、GL等日韩彩电企业遭遇亏损危机,但中国彩电品牌在全球市场占有率已上升至20%多,TCL、海信、创维挤入了全球销量前十排行榜,直逼韩国和日本,各位如何解释在全球市场大震荡的环境下,中国彩电军团上演了一幕逆风飞扬的大戏?

杨东文:创维集团2012年上半年液晶电视出货量较同期小幅上涨6.85%。集团

重塑世界彩电格局

今年彩电销售目标1000万台,按年增长8%。如果创维能延续目前的增长速度,到2012年年底,有望进入全球平板电视前五位。

梁启春:目前,TCL彩电实现平均60%以上增长,销量排名全球前五位,对此TCL多媒体决定再次上调全年出货目标,由1380万台上调到1520万台。虽然第五名与第三名只差两位,但仍面临巨大的挑

战,因此TCL通过不断提升跨国业务的运营能力,而TCL与其他竞争对手最大的区别就是具有强大的国际化经营能力。

梁振鹏:目前日企品牌仍未停止下行,未来全球影响力有可能进一步削弱,客观上为中国军团的崛起提供了市场空间。因此以TCL、海信、创维为代表的中国彩电军团,不排除未来二年跻身世界前三的可能。

主持人:近日,索尼、松下、夏普、日立、东芝,这些赫赫有名的“日本制造”巨头,却在近期屡遭“寒流”,经营不善,业绩惨淡。而中国彩电企业却全部实现了同期盈利。这是否折射出“日本制造”在全球地位持续下降。各位有何观点?

梁启春:TCL集团上半年实现液晶电视销量661.6万台,同比增长60.6%;国内市场增幅32.1%,海外市场增幅108.4%,远超行业平均增长率。同时表明TCL无

日企走下家电神坛

论从体制、研发、产业链垂直整合,还是从渠道变革等诸多方面,都具备了冲击全球产业领导品牌的能力。

杨东文:日本家电业遭遇巨亏,中国彩电业将迎来机会。也是中国彩电企业走出国门的好机会,创维作为龙头彩电企业要抓住这个机会。已经在东南亚等国家市场开始了自有品牌的销售。同时今年董事会规划公司下一个5年要达到500

亿元的年销售额,下一个10年则达到1000亿元的年销售额。

梁振鹏:尼康电池危机、索尼CCD质量事件、产品召回公告……一系列“丑闻”之后,日本家电企业的声誉一落千丈,比产品问题更可怕的是日本人在处理这些危机上的傲慢与偏见。因此在国际竞争对手已经开始领跑,加之日渐成熟的中国制造,日企试图再造奇迹,或将成为“不可能完成的任务”。

主持人:松下总裁大坪文雄说:“观中国电视企业的气势,能够感受到和10年前韩国企业一样的雄心壮志。”全球彩电市场已拉响了源自“中国”的警报。但仅靠产品破局的成效,中国企业仍显势单力薄。各位如何看“如何进行差异化营销和全球营销渠道建设是中国品牌走向全球的两大必解难题”?

中国彩电业应解营销困局

梁启春:“做深中国,走向全球”战略采用创新的营销方式和系统的营销渠道建设,让TCL在破解营销困局中脱颖而出,也吃下一颗全球拓展的定心丸。TCL与好莱坞大片《变3》的合作,让其超级智能3D电视在电影中精彩出镜,同时让消费者切身感受其国际品牌的时尚科技魅力。这是彩电行业在全球竞争格局中的重大转折。

杨东文:在CRT时代,中国品牌已经击败日本企业。而如今的液晶电视时代本土和国外品牌处在一个同步阶段,没有什么差距。主要差距在品牌。其次就是价格。但我比较自信的是在彩电行业很可能会出现CRT时代的覆辙。当创维在屏制造和芯片制造上有所突破时,就将是世界领先的。

梁振鹏:近年中国彩电品牌在全球崛起之势,是意料之中。但是我国彩电业还存在严重的产品同质化情况,这同时也向企业抛出了应该加强营销力度还是另辟它路的问题。二是中国电视机品牌在海外知名度不高,再加上“中国产品廉价”形象,因此很难进入高端市场。

郑州晚报

——我们一直在你身边——



Congratulation

《郑州晚报》创刊63周年
改版10周年
创造大世界基尼斯世界纪录!

贺

530《全城热恋》纪念特刊
恢宏巨制672版
刷新全球中文报纸历史!

买家电 看晚报

——创维集团河南分公司总经理

司仕银

上海大世界基尼斯总部



单日出纸版面最多的中文报纸

印张:84 版面:672版
(正报新闻48版、特刊新闻288版、广告336版)郑州晚报社为庆祝创刊63周年,
改版10周年,于2012年5月30日出
版、发行《郑州晚报》正报及“全城热
恋”巨型纪念特刊60万份。NO:02727
2012.05

王以卓



蔡丰

