



总第173期

新闻背景

近几年,电视产业不论是市场规模还是各大企业的经营状况都不理想,而价格战又让行业竞争越发残酷。因此智能电视的出现无疑给彩电市场带来了新的契机,而调查显示,消费者对智能电视在人机交互、多屏互动、家电互控个性化三个方面的功能表现,感兴趣占比超过70%。那么,未来,彩电企业若想在智能上寻求突破,该如何寻求智能电视的差异化发展呢?

标准升级 突破彩电智能发展短板



主持人: 朱江华



郑州 TCL 电器有限公司总经理 胡学军



创维集团河南分公司总经理 司仕银



国家广播电视产品质量监督检验中心副主任 李华

主持人:9月25日,消费电子产品信息化推进委员会发布了2012年智能家电产品智商评测结果显示。TCL和创维分别摘取“智能电视产业推动奖”和“智能电视应用突破奖”,这是否表明,彩电作为智能家电的引导者,更成了消费者核心关注点?

胡学军:今年5月,TCL五大系列3D智能电视产品就通过产品国家智商六星评测。此次TCL智能3D云电视推动七星级突破,这个成功很大程度上得益于我们对智能电视进行的软硬件双升级。目前产品都升级到了Android4.0+的水平,并带来了人脸、手势识别等多项功能,让3D云电视在产品智商得到了质的提升。

主持人:据中国电子商会消费电子产品调查办公室调研数据显示,消费者对智能电视有很强的接受能力,在未来一年内有购买智能电视打算的消费者占42%。这是否预示着彩电产品在经过智能概念长时间的渗透,市场需求已渐露峥嵘?

司仕银:今年创维发布了超高清的云电视,宣告了新时代的来临。因为超高清最显著的特征就是观看距离缩短一本,此外还做了超节能系统,把电视能耗降到更低。预计到2013年,超高清销量将达到30%。

胡学军:目前TCL以双核升级为代表

主持人:据中国电子商会消费电子产品调查显示,消费者对智能电视在人机交互、多屏互动、家电互控个性化三个方面的功能表现,感兴趣占比超过70%。如创维的智能健康系统,TCL双核双升级智能电视,这说明各大彩电企业在全面发展智能的同时,也在寻求智能的差异化?

胡学军:TCL 3D智能云电视全线搭载全球顶级的双核CPU、双核GPU和全球领先的Android4.0+系统,率先实现全线产品软硬件双升级。随着社会进入大娱乐时代,彩电早已不只是一台看电视、玩简单游戏的家用电器终端,消费者希望智能云电视的体验能更极致、效果更精彩、应用更丰富、处理更急速、交互更个性。

标准升级智能概念明晰化

司仕银:从创维2010年12月发布了全球首款智能电视,实现的应用安装,实现了网页浏览到今年8月份发布的超高清云电视,为消费者提供更好的体验,可以说在云电视上做行业的垄断。

李华:目前,智商指数已经成了消费者选购电视产品的重要指标,主要得力于《彩色电视接收机信息化指数和产品智商评测规范》2.0版升级版发布,将消费电子产品信息化指数和产品智商评价升级,使智能的概念更加明晰,让消费者更加直观地了解到彩电怎样才算智能,其“智商”的高低是怎样区分的。

预计购买智能电视占42%

的一系列创新,成功打造出行业内最强的3D云智能电视,今年9月16日,TCL彩电2012年出货量突破1000万台,这是全球消费者对我们的肯定和信赖,在今年剩下三个月的时间里,TCL还将冲击1250万的年销售目标。

李华:电视产业近几年发展疲软,不论是市场规模还是各大企业的经营状况都不理想,而价格战又让行业竞争越发残酷。因此智能电视的出现无疑给彩电市场带来了新的契机。

寻求智能差异化

司仕银:今年3月推出的“云健康”系列电视就是创维电视的差异化路径。更为重要的是,创维还与权威医学机构联合开发了家庭健康计划系统。在云电视上实时测量体重、脂肪、血压等健康指数,通过云平台为家庭成员量身定制健康计划。这是其他彩电厂商短期内难以复制的。

李华:智能电视是彩电发展的必然趋势,而彩电企业若想在智能上寻求突破,首先要关注人机互动,智能平台的应用体验,因为这不但是消费者追求的目标,也是彩电企业的核心竞争力;其次彩电企业要想赢得市场话语权,必须在操作平台和软件识别方面进行革新。

销售跌幅逾二成 国内洗衣机市场进入“寒冬期”

2012年国内洗衣机市场进入“寒冬期”。今天,国家信息中心信息资源开发部与中国家电网联合发布的《2012年度中国洗衣机市场白皮书》(以下简称《白皮书》)显示2012年1~7月,国内城市市场洗衣机累计销量近1149万台,同比下降了23.89%,销售额约为257亿元,同比下降了20.72%。

记者 朱江华

行业调整导致销售下降

2011年以来,国内经济增长放缓,加之房地产调控政策的持续影响,导致洗衣机市场进入调整期。进入2012年,随着国家出台的拉动内需的多项政策陆续到期以及房产限购政策的延续,国内洗衣机市场进入“寒冬期”。《白皮书》数据显示,2012年1~7月,国内城市市场洗衣机累计销量将近1149万台,同比下降了23.89%,销售额约为257亿元,同比下降了20.72%。

《白皮书》认为,进入2012年以来,家电市场需求疲软,行业回调明显,洗衣机市场也在这样的调整中出现了较大幅度的下降。

对于出现下降的原因,国家信息中心信息资源开发部主任助理蔡莹分析认为,由于前几年整体市场受“以旧换新”、“家电下乡”等拉动内需政策刺激,家电产品消费部分需求被提前释放,但政策的拉动作用自2011年起明显乏力。

高端节能成转型升级方向

洗衣机市场经营利润持续下滑,这让家电企业感到了前所未有的“寒”气。

《白皮书》数据显示,2012年1~7月,受洗衣机整体市场销量大幅萎缩的影响,整体高端产品销售量与销售额虽然也下降,但从市场比重来看,和2011年同期相比,销售量和销售额比重则分别上升了3.31和3.86个百分点。经过近几年的普及,2012年1~7月高端洗衣机占整体城市洗衣机市场的比重已达到26.46%。

中国家用电器研究院检测部部长鲁建国也表示,洗衣机企业应该建立全球性的研发优势,具备整合关键零部件资源的能力,才会在今后的行业调整中赢得市场机会。

辣语

事件:乐视进军电视业

9月19日,乐视网宣布进军电视机市场,成为全球首家推出自有品牌电视机的互联网公司。

点评:这一举动也显现出了目前互联网公司进军电视市场的趋势。然而,乐视网不得不面临的问题是家电行业整体环境的低迷,特别是电子商务公司不断发起的价格战,使得整个市场欠缺稳健。

每周声音

节能大容量健康是洗衣机三大趋势

从市场发展趋势上看,当前洗衣机行业的发展呈现出节能化、大容量和健康化三大发展趋势。尽管高效的洗涤技术虽已经成为消费者购买洗衣机的重要参考数据,但是高效洗涤技术被专业细分成多项标准及项目,这给消费者选择洗衣机造成很大的困难。

——国美电器白电事业部总经理 初永兵

力诺瑞特 LINUO PARADIGMA SOLAR ENERGY

力诺瑞特当选太阳能电器专业委员会主任执委单位

9月24日下午,中国家用电器协会太阳能电器专业委员会成立大会暨太阳能产业发展论坛在京召开,正式宣告中国家用电器协会太阳能电器专业委员会成立。力诺瑞特当选主任执委单位,力诺瑞特等12家企业当选执行委员单位。

在大会发言中,申文明表示,中国家用电器协会太阳能电器专业委员会可以为企业搭建与政府、公众沟通的桥梁,为行业的长足发

展提供良好的组织保障,让全社会听到行业的声音,真正认识到太阳能热水器这个朝阳行业。“世界一个太阳,你我共同财富”,专委会成员单位要充分发挥模范带头作用,要珍惜、自律和共赢,通过增强研发投入,带动高新技术的产业化,尽快实现基数突破和销售模式的突破,推动行业升级,从而提升行业门槛,杜绝恶性竞争,引导行业健康、有序发展。

据了解,作为太阳能行业领军企业,力诺

瑞特一直重视技术创新、产品创新和服务创新,将产品质量视为企业命脉,拥有合作方德国Paradigma公司世界领先的、三代以上的技术储备和国际太阳能热利用技术专家,形成自主知识产权,参与行业内多项标准编制研究,在太阳能与建筑一体化、太阳能空调、太阳能中温工业应用、太阳能热发电等领域拥有全球领先的产品和系统技术。

记者 朱江华