



松下市场占比由23.9%下跌到11.2%、索尼销量从30%下降至不到18%  
郑州市场国产品牌销量每月快速增长20%

# 日系彩电市场份额衰减 释放千万台市场空间,或将被国产品牌填补

2009年之前,日系彩电在华销售异常火爆,压得国产品牌喘不过气,而如今,这一局面或将颠倒过来。

《2012年智能家电产品市场需求调研报告》数据显示,2011年7月与今年7月的数据相比,夏普液晶电视销量占比下跌至3.4%,松下在等离子电视市场占比也由23.9%下跌到11.2%,索尼液晶电视的销售量则从30%下降至不到18%。

由于受到内外因交互的影响,日系彩电企业在华已提前入冬,份额不断衰减,而这也给其他彩电企业带来了巨大的市场机会,尤其是国产品牌。

“目前国产彩电的销售确实不错,每月同期的增长比例都在20%左右。”郑州国美电器的刘经理说。

那么,此次日系彩电释放的市场空间,能否被国产品牌完美“逆袭”?

见习记者 赵柳影/文  
记者 马健/图



## 价格优势,国产品牌受到消费者青睐

市场份额的变化往往从终端的销售量就可以看出端倪。昨日,记者走访了郑州市内的国美、苏宁、永乐等大型家电超市,发现相比日系品牌,国产品牌的电视展位更吸引消费者。

由于是工作日,位于中原路的一家永乐电器内顾客并不是很多。然而,仔细观察,发现里面仅有的七八位顾客均分布于长虹、海信、TCL等国产电视的展位前,而夏普、索

尼等日系品牌的展位前不仅没有顾客,连促销员的身影也看不到。

“日系品牌的电视太贵了,比同尺寸的国产电视高出1/3,甚至一半,但质量也并不比国产的好太多,现在国产的液晶电视也不错,我就想挑个物美价廉的。”正在选购电视的唐女士说。

如今,受到物价上涨和经济危机的影响,唐女士的消费观念代表了一大批的市

民,消费更加理性,性价比代替品牌成为选购的第一标准,这也为国产电视的“逆袭”提供了有利条件。

“从去年开始,我发现消费者开始更多地关注国产品牌,不再一味追求合资品牌,而是更多地考虑到价格因素,这也导致国产电视的销量不断增长。”TCL的一位促销员说,去年由于销量好,他的工资也从3000多元上涨到四五千元。

## 日系彩电释放的市场空间 或将被国产品牌填补

对于这次日企份额的衰减带给其他彩电企业的市场机会,有机构预测,日企在中国彩电市场销售滑落将可能释放出1000万台的市场空白。

“夏普、索尼、松下此前发布的三季报显示,销量均出现大幅下滑。估计日资家电企业,在中国彩电市场的销售滑落所释放出的市场空白,将达到千万台级,这对国产彩电品牌而言,意味着巨大的市场机遇。”中国电子商会副秘书长陆刃波说。

那么,这1000万台的市场空白,能被国产品牌全部占领吗?

“这个空白应该由国产彩电品牌来填补”,中国电子视像协会会长白为民表示,虽然外界也有声音认为三星、LG等韩企将是与国产品牌填补市场空白的另一力量,不过白为民认为,“国产品牌有这个能力完全填补”。

“日系彩电企业现在处于吃老本、吃品牌效应的状态下,对于消费者的吸引力已经下降很多,而经过抵制日货事件后,日系企业的路更加难走。而韩系彩电,虽说销量也还可以,但它们在政府补助和政策倾斜,以及网点下沉等方面还远远不及国产品牌。因此,日企份额的衰减带来的1000多万台市场空白,绝大多数可能会被国产品牌所填补。”郑州一位业内人士吴先生说。

## 渠道下沉,技术成熟,国产品牌争抢更多市场份额

其实,日系彩电在华销售疲软,早在2009年就已经有所征兆,只不过因为钓鱼岛事件,加剧了这种疲软,并让它愈加明显。

“从2009年开始,日系彩电在华的销售额就下跌得比较厉害。”郑州国美电器的刘经理说,日系彩电不管是产品,还是型号,更新速度都比较缓慢。同时外观设计也偏保守,不太符合中国消费者的审美观念,更重要的是,日系彩电在中国的产品营销手段和渠道下沉做得不够精细,水土不服,这是导致日系彩电在华没落的重要原因。

同样,在采访中,一位长期从事电视销售工作的曹先生也频频提到“渠道”两字。

“国产电视企业这几年可以享受国家家电下乡、以旧换新和节能补贴政策,并且网点做得很广,深入到乡镇,这样就能够将促销活动做到极致。同时,国产品牌这几年的渠道做得也比日系品牌好很多,分销网点遍布国内一、二、三、四级市场,从城市到农村都有分销网点,而日系品牌大多只注重发达城市和高端市场。”曹先生说。

然而,事实却是,近几年,国产品牌的电视无论是技术还是质量,都是一个趋于成熟和完善的过程,尤其是今年,国产品在智能化布局上表现得异常活跃。

海信近日发布了其新的软件应用平台

“海安”操作系统,据称是中国智能电视第一个标准化的软件应用平台,将彻底改变智能电视平台碎片化的现状。TCL也于近日在北京宣布其旗下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……种种迹象不难看出,国产品牌已经开始争抢日系彩电的高端市场。

“目前国产电视和合资电视的差距已经不大,价格却便宜很多,销量快速增长是必然的。尤其是今年,国产电视每月同期的增长比例都在20%左右。”刘经理说。