



总第194期

新闻背景

伴随着时代的发展和知识的普及,智能电视开始走入寻常百姓家。中怡康预测,2013年销量智能电视将达到2600万台,产品渗透率将达到90%,从电视机竞争格局来看,这对国产电视企业将有何影响?有专家说,大尺寸、窄边框、超高清是2013年,乃至2014年电视发展的一个整体趋势,这是否意味着未来两年将会是智能电视的销量爆发年?

# 智能电视今年销量有望达到2600万台 未来高清与大屏电视将成主流?



主持人:朱江华



长虹电器郑州分公司总经理 陈喜辉



河南苏宁云商总经理 钱成建



中国电子商会副秘书长 陆刃波

辣语

### 事件:飞利浦第一季度净利润下滑11%

日前,飞利浦电子发布了2013年第一季度财报显示,飞利浦第一季实现净利润1.62亿欧元,同比下滑11%。

点评:飞利浦业绩出现下滑,与低迷的全球经济环境和市场需求相关。特别是欧元区仍没有实质性走出危机的泥潭,这意味着飞利浦市场业绩依旧缺乏坚实基础。

### 事件:家电业节能补贴透支市场

据《北京商报》报道,家电节能补贴政策目前至少透支了4个月的销量。企业遭遇市场需求不旺带来的尴尬。

点评:2012年6月1日,国家财政部启动了家电节能补贴政策,推广期暂定为1年。假如一旦政策不继续,对高库存厂家和缺乏技术支撑的小品牌都是挑战。

### 事件:五一期间彩电销售427万台

5月6日,奥维咨询公布监测数据显示,2013年五一促销期彩电终端零售量达427万台,增幅为7.7%。

点评:节能补贴政策即将到期,翘尾效应显现,是这次强势走势的关键。但节能补贴政策有退出可能,下半年行业面临的形势将较为严峻。

## U-MAX 客厅电视成消费首选

主持人:5月5日,长虹电器郑州分公司发布数据显示,五一期间,长虹平板电视销售7000万,46英寸以上大板占比60%,增幅领跑全行业。其中长虹新发布的U-MAX客厅电视成为五一最大亮点,销售占比高达40%。各位如何看彩电五一销售?

陈喜辉:长虹是国内首个推出U-MAX客厅电视标准企业,此次五一期间,其U-MAX客厅电视产品作为亮点亮相,吸引了诸多用户的关注。同时此次长虹五一促销也秉持着用户体验的服务精神,让前来选购的用户体验了一把什么样的智能电视才是未来的主流趋势。

钱成建:长虹五一实现销量大增,其一与其技术创新和产业链协同优势显现有关,其二长虹在业界率先启动“全云战略”力推3D智能语音电视大普及,无疑对市场趋势和脉搏的把握也非常准确,抓住了产业发展主方向。

陆刃波:长虹能在五一取得如此骄人的销售业绩,并在今年前4个月稳居中原销量第一,领跑彩电业,与其坚持不懈的技术创新和全产业链协同优势密不可分。近年来,长虹不断加大产品研发力度,目前在3D智能语音电视技术方面均处于领先水平。

## 创新体验把用户拉回客厅

主持人:55英寸以上电视凭借智能、UHD、大屏等新技术的推出,给消费者带来的视听体验,让电视重回客厅主角,是五一彩电品牌销售的增长主力,这样让客厅因电视而变得与众不同,各位怎么看这个问题?

陈喜辉:作为U-MAX客厅电视标准的制定者,目前长虹主推的U-MAX客厅电视以不仅拥有行业首创4K\*2K无损超高清处理技术,同时超高清蓝光解码、DTS音响系统等打造的最佳客厅影院效果,让你在家看I-MAX成为现实。

钱成建:改变单一的终端形态,构建多终端协同是未来家电发展的方向。让电视与其他的智能终端实现内容的分享,功能的协同,改变的不仅是单个的终端产品的功能,更是一种智能家居的题中之意。

陆刃波:伴随着电视作为家庭娱乐中心地位的回归,消费者对电视的需求也愈发明确,即高品质的视听享受、精细的外观设计以及产品的智能应用。如果说2012年的家电行业“智能电视”最热门的话,那么2013年毫无疑问的是“超高清”、“超大屏”客厅电视成为主流趋势。

## 2013年智能电视是爆发年

主持人:伴随着时代的发展和知识的普及,智能电视开始走入寻常百姓家。据中怡康预测,2013年销量智能电视将达到2600万台,产品渗透率将达到90%。这是否说明未来两年将会是智能电视的爆发年?

陈喜辉:大尺寸、窄边框、超高清是2013年,乃至2014年电视发展的一个整体趋势。为此,长虹目前已经推出65英寸、84英寸等超大尺寸平板电视,携“大平板核心优势策略”及“简单+好用”的智能新标准,再次站在智能电视领域发展的前沿。

钱成建:相对传统电视,智能电视则具有与生俱来的优势:不只是传媒工具,还具有功能丰富、自主拓展等特点,从传统电视向智能电视转换,这一过程,不仅仅是技术的进步,更是消费者权利的扩展,并带来了该市场蓬勃发展的原动力。

陆刃波:2013年,智能电视或迎来划时代的一年,智能电视市场占有率或将超过50%。从电视机竞争格局来看,整体不会有太大改变,国产品牌巨头竞争依旧激烈。但随着互联网企业进入电视机领域,将以全新思维重塑电视业,极有可能打破现有市场格局。

### 每周声音



### 空调免费安装时代将终结

随着人力成本的上升,企业可能也会效仿国外加收安装成本。但单独收取安装费肯定会受到消费者的抵制,所以只好适当调高空调的价格,把这部分成本弥补回来。

——奥维学院院长 张彦斌

### 企业不要盲目追求高指标

企业在制定相关标准的时候,不要盲目追求高指标,不要站在行业的角度,而应当站在消费者的角度,站在使用的角度。

——中国家电协会理事长 姜凤

### 企业要抓住城镇化机遇

城镇化将成为中国经济发展的“亮点”。而城镇化的改革红利和产品换代的刚性需求,将成为推动家电产业转型升级的强大引擎。

——格兰仕集团总裁 梁昭贤

到今年5月31日,家电节能补贴政策结束将结束。为此,TCL将于5月18日~19日在河南各大彩电专柜强势举行“节能要结束、彩电要涨价、TCL最强音——TCL彩电联合各大卖场,狂掀节能补贴风暴”大型感恩惠民活动,采取国家、厂家、商家多重补贴的超级钜惠形式,部分节能电视最高可省2000元。 朱江华

## 家电节能补贴政策将到期

# 预定TCL电视最高可省2000元

### 预定TCL电视最高省去2000元

为抓住节能补贴政策的最后机遇,众多家电企业纷纷推出重磅举措,其中最值得关注的是,全球著名彩电企业TCL率先出击,贡献了一场绝对不容错过的节能钜惠盛宴。

据了解,与其他促销大不相同,TCL本次活动砍去了诸多花哨的噱头,提前预订,单件商品即可最高省去2000元,享受实实在在的钜惠。当然,购买节能产品在获得最高400元的国家节能补贴的同时,TCL还准备了总值千万的缤纷豪礼,多重钜惠让消费者

享完再享。“TCL此次大手笔投入,可见其抢占节能惠民最后蛋糕的巨大决心,而目前能在节能产品价格及节能技术上占据领先优势的。”彩电观察人士指出,TCL已在中国彩电业独家完成了液晶产业链上下游垂直一体化的整合,大幅降低生产成本,产品价格相比同行优势尽显,并且产品质量也得到了进一步的提升,这是其得以抢占节能市场制高点的重要优势。

### 500万台TCL节能产品获补贴

去年,TCL凭借荣获国家专利金奖和高效节能技术奖的自然光核心技术,有上千款电视产品入选节能补贴产品目录,在过去短短9个月内,有近500万台液晶电视获得了国家节能补贴。

此次TCL最新推出的“火球计划”新品将是活动主力军,凭借其领先的节能效果及出色的产品性能,必将成为消费者关注的焦点。据介绍,TCL火球新品独家实现了不一样的外观、4K、互联、功能等突破,走在了行业技术创

新的最前沿。如4K超高清电视E5690,独家搭载了四核处理器和Android 4.2系统,确保了毫无衰减的最优化4K超高清显示。同时,TCL火球新品还实现如Teloud家庭云中心、跳吧、爱心视线、游戏大厅、偏爱频道等不一样的智能云功能,为消费者提供了得心应手的实用操控和时尚创新的感官享受。此外,TCL V6500、E5500等人气机型也将参与活动,并以完美的4D一屏双显、极致交互系统、云赏K歌等视听娱乐体验,成为消费者购买智能云电视的首选。