

TOP家电 | 市场

“双11”电商狂欢节 领航高端市场 创维4K强势第一

刚刚结束的“双11”电商狂欢节,最有看点的莫过于各大互联网企业高调涌入的电视行业。大家预测吹响号角的新兴品牌中或将杀出黑马,晒出成绩单,创维集团旗下的酷开品牌以当日56272台的销量,创造新的吉尼斯世界纪录,“被传统的”创维这曲大象之舞给高调的黑马们上了“不传统”的一课。郑州晚报记者 朱江华



市场占有率高达51% 创维4K占据半壁江山

奥维咨询(AVC)数据显示:今年4~9月,中国大陆市场创维4K极清累积市场占有率高达42.4%,以绝对优势全面领跑,在6月更占据51%的半壁江山。这个数据反映出彩电行业新技术比拼中创维全面完胜。

深谙全球显示行业的野村证券亚洲科技分析师James Kim预言,4K电视在

全球的接受度到2015年将达到18%。且预计4K电视在中国的接受度,将会快速增长并达到27%,其还向全球资本市场推荐关注创维在4K领域的发展。

4K电视国家标准公布 创维首批获得认证

随着消费者对4K电视接受度的不断提升,4K超高清电视测试国家标准公布更加速了4K电视的普及速度。11月初,国家首批4K超高清电视检测认证结果对外公布,超高清电视国家标准正式实施。在这次认证中,以创维为代表的彩电企业率先通过国家4K认

证,创维65E900U也成为本次认证中唯一具备专属电视操作系统的4K电视。

消费者在概念混杂的4K电视中有了选购依据,而创维4K极清系列更成为4K电视高端品质的代名词。创维彩电事业部总裁刘棠枝表示:“4K电视的增长态势远超出了调研机构的预

测,每次领先行业的技术推广虽然充满冒险,但基于消费者最优体验的推动,创维对4K的发展可谓全力以赴,也取得不俗市场反应。”

创维在4K领域的不俗表现引发行业的共振,据悉接下来会有更大动作,欲在全国范围率先掀起4K普及大风暴。



首份研究报告出炉 我国老年家电需求超千亿



老年人选家电,喜欢简单好操作(资料图片)

新市场 老年家电已成产业“必修课”

目前我国已步入老龄化社会,人口老龄化不仅是一个人口问题、社会问题,同时也是一个经济问题。老年人口的激增,孕育了一个庞大的消费市场,其中家用电器就是一个需求爆发的大市场。

据奥维咨询(AVC)的《老龄家电市场需求报告》显示,截至2012年底,我国老龄人口已达1.94亿人,占人口比重的14.3%,老龄家电市场年需求超过千亿。

尽管国内老龄家电市场规模至少在千亿以上,但不论是

厂家还是消费者,对这一市场的认识还仅停留在概念上,并没有一个准确的定义,甚至还有一些错误的认识,致使老龄家电市场需求巨大,但仍处于艰难的起步阶段,与整体家电市场的繁荣形成巨大反差。

此外,社会对于老龄产业的认知也普遍停留在投入大、风险高、回报少、公益性强的阶段,整个产业难以形成规模效益。

奥维咨询(AVC)总裁喻亮星说,21世纪是人口老龄化的时代,中国自1999年进入老龄

社会,老年人人口数量就不断增加,人口老龄化形势更加严峻,且呈现老龄化、高龄化、空巢化的趋势。作为与百姓生活息息相关的家电产业,探求老年家电需求、分析老年家电市场,已经成为该产业的“必修课”。

中国家用电器协会秘书长徐东升告诉记者,尽管与国外相比晚了20年,但当前老年家电的开发也终于出现在我国家电企业的计划之内,继老年手机进入市场后,创维的老年电视也在市场上亮相。

11月8日,记者从“第十届中国家电技术大会”获悉,国内第一份针对《中国老年人家电需求研究报告》的发布成为家电行业的新亮点。中国家用电器协会秘书长徐东升表示,报告的发布,将引导家电行业进一步关注并布局老年家电消费市场,推动老龄社会的服务进步。郑州晚报记者 朱江华

新机会 市场需求拓展到几千亿不是梦

目前我国老年家庭的空巢率已经超过六成,绝大多数老人不会外出养老,这表明绝大多数老年人需要适合自己的家用电器,因此老年电器市场有着极大的市场潜力。但庞大的老年消费人群呈现出不同的、带有老年心理及生理的消费要求,因此,企业要在产品功能上立足于老年人生理及心理特点,满足老年人需求。

据奥维咨询调研发现,老年人的家电需求主要体现在打点家务(冰箱、洗衣机、电饭锅、微波炉、豆浆机等),照顾儿孙(热奶器、消毒柜、游戏机等),改善生活品质(空调、电风扇、浴房、按摩器等),充实精神文化生活(电视机、录像机、录音机等)等方面。

奥维咨询的调查也显示,41%的老年人拥有两

台以上电视,近半数老年人每天看电视4~6个小时,但有27%的老年人对现有电视产品不满,且主要集中在遥控器的使用上。在接受调查时,不少老年人反映,电视遥控器按键太小,界面不人性化,按错了无法返回,只能关机重启。

对此,喻亮星认为,真正符合老年人需求的家电,除了应具备简易操作、大字体、更清晰等特点之外,还要深入研究当今时代老年人的生理及心理特点,推出更符合老年人需求的产品。

而徐东升则认为,企业要在产品功能上立足于老年人生理及心理特点,满足老年人需求。

相信,经过家电行业厂商的努力,老龄家电市场需求拓展到几千亿不是梦。