

牵手

郑州晚报

南方都市报

战略合作

周年

上半年销售额同比下降15% 彩电行业步入寒冬?



需求收紧 彩电产业进入寒冬

在奥维咨询(AVC)发布的中国彩电市场报告数据中显示:2014年上半年中国彩电市场销售额696亿元,同比下降15%。其中液晶电视销量2057万台,同比下降6%;销额683亿元,同比下降12%。导致大多数彩电制造企业都未能完成销售预期。

奥维咨询(AVC)总裁喻亮星在解读这份报告时表示,导致现阶段彩电市场下滑的原因很多,包括市场需求本身趋于饱和、房地产市场的低位运行,以及之前各种补贴政策的透支效应等。他表示这种下滑趋势可能还将持续较长时间,因此各彩

电企业应该重点在革新产品和服务上做文章,尽力提升自身的运营能力和盈利水平,而不再单纯为了销售规模去打恶性价格战。

其实在奥维统计数据发布之前,处于生产一线的各彩电厂家已经提前感觉到了今年以来的阵阵凉意。创维集团总裁杨东文曾在解读公司年报时甚至把去年上半年称作中国彩电业“最后的晚餐”。

长虹多媒体中国营销公司总经理白志强更是惊呼,“中国彩电行业已经进入寒冬且至少要3~5年!”

7月30日,奥维咨询(AVC)发布中国彩电市场数据显示:2014年上半年中国彩电市场销售额696亿元,同比下降15%。奥维咨询(AVC)总裁喻亮星认为,今年中国彩电销量极有可能出现中国彩电业起步30年来的首次负增长,2014年是中国彩电行业艰难转型的一年。

郑州晚报记者 朱江华

回归平稳 市场结构发生巨变

尽管2014年上半年与2013上半年相比,出现了较大的降幅,但2014年上半年作为政策退出后的阵痛期,规模收缩在行业的意料之中。但拿2014年上半年与2012年、2013年、2014年上半年的平均值(2058万台)相比,中国彩电市场呈现“回正轨”的发展态势。

据奥维咨询(AVC)数据显示,中国彩电市场产品持续向高端化发展。2014年上半年,UHD产品零售总量为207万台,渗透率为10%;50寸以上大尺寸产品零售总量为496万台,渗透率为24%;智能产

品零售总量为1161万台,渗透率为55%。预计下半年“高大智”产品的渗透率随着上游屏厂、整机厂商的推广和内容资源的逐步完善将进一步提升。

奥维咨询(AVC)总裁喻亮星在接受记者采访时认为:下半年:低清晰度、小尺寸的产品将加速淘汰。一是超高清与大尺寸产品渗透率的提升首先来自于上游面板厂商的推动;二是由于在价格战激烈的中国彩电市场,需要持续的技术更新来保证产品的价格水平,并通过高技术产品创造利润。

洗牌加大 传统厂商转型迫在眉睫

从2014年上半年市场情况及企业运营数据来看,可预期的市场规模的高增长不再持续,当前靠调整产品结构强行拉高产品利润贡献,外界竞争环境加剧,整个行业都面临着营收缩小、利润降低的情况。国内彩电企业巨头2014年上半年利润不同程度地呈现了下降,整个行业正面临着巨大的危机,可谓寒冬已至。

记者了解到,目前行业本身发展即处在饱和市场的过度竞争情况下,互联网及内容企业的跨界竞争加速了整个行业的竞争节奏和速度。

奥维咨询(AVC)预言,未来传统电视市场格局集中度倾向1~2家,传统格局将会打破,甚至新进入者或会成为行业主流玩家。

对此,奥维咨询(AVC)总裁喻亮星告诉记者:2014年是中国彩电行业艰难转型的一年,但互联网IT企业规模尚小,传统彩电企业仍拥有转型变革的窗口。可以预见的未来,中国彩电格局重新洗牌必不可免。传统彩电企业应抓紧窗口期,通过精细化、定制化、多元化、卖服务,组织集团力量,向用户运营要收益。

《郑州晚报·TOP家电》

因为专注 ★ 所以专业

——中原“首家关注中国家电产业”专业都市媒体

同舟共济 创新共赢



中国知名家电品牌 贺《郑州晚报·TOP家电》创刊5周年。《郑州晚报》暨《南方都市报》战略合作1周年。

- 美的 Midea
- GREE 格力
- Haier 海尔
- LittleSwan 小天鹅
- Hisense 海信
- KELON 科龙
- Ronshen 容声
- CHANGHONG 长虹
- TCL
- Skyworth 创维
- SIEMENS 西门子
- BOSCH 博世
- SAMSUNG 三星
- FOTILE 方太
- vatti 华帝
- 美菱 Meiling
- AUX 奥克斯
- KONKA 康佳
- LG
- Panasonic 松下
- Galanz 格兰仕
- 志高 志高空调
- THTF 同方电视
- Frestec 新飞
- Homa 奥马冰箱

(排序不分先后)