

2012 年彩电竞争路在何方

年度回眸

2011 家电业 7 重门

回首 2011 年,中国平板电视市场发展步履维艰,增长速度明显放缓。日前,中国电子商会消费电子调查办公室发布的《2011 年中国平板电视城市消费者需求状况及 2012 年预测报告》(以下简称《报告》)显示:今年,中国平板电视市场销售规模为 3800 万台,未能达到多数彩电企业的销售预期。《报告》指出,今年是中国平板电视产品变化最快的一年。年初,海信、长虹等多屏互动点燃了智能电视的导火索;年末, TCL、康佳、创维等主流品牌纷纷对云电视概念进行升级;与此同时,夏普炫彩技术的引入、东芝 3D 超解像技术的扩展、三星 SmartTV 内容的丰富、LG72 英寸大屏 3D 电视的上市等主流外资彩电技术的升级,无不丰富了中国平板电视消费市场,为明年平板电视发展奠定了基础。预计明年中国平板电视消费需求为 4200 万台,其中 3D 电视需求 2000 万台,智能电视需求 800 万台。

市场增速放缓 三四级市场将成竞争焦点

《报告》预计,明年,中国平板电视市场整体增速将继续下降,环比增量约 400 万台,是 2004 年以来首次出现下行趋势。究其原因,一是受房地产因素及全球消费低迷影响,中国平板电视消费市场发展增速整体放缓;二是二三级市场趋于饱和,三四级市场开发还未透彻,致使彩电整体消费市场出现萎靡;三是受内容资源、信号等限制的 3D 电视和智能电视并未实现突破性增长。就今年平板电视市场发展态势来看,一二线城市彩电市场饱和是拉低彩电整体消费规模的主要因素。但是,三四级市场消费依然保持着快速增长。统计数据显示,三四级市场销售同比增幅为 17.5%,是一二级市场增速的 3 倍。由此可见,明年三四级市场将成为中外彩电品牌竞争的主焦点。

目前,中外彩电企业都在加强对三四级市场的开拓,尤其外资品牌更是加大了投入力度。三星在今年下半年就已经加强了三四级市场的销售拓展。LG、索尼、松下、夏普等也将目标锁定在三四级市场。预计明年三四级市场将会成为中外彩电品牌销售的主战场。

3D 电视普及提速 智能电视竞争将加剧

看 3D,没有内容也枉然。尽管此前天津、上海等地试运行 3D 电视频道,奈何受地域限制,且内容很少,吸引力不够,依然提不起消费者的广泛兴趣。但是,中央电视台明年 1 月 1 日开播 3D 频道,效果将明显不同。中央电视台技术管理办公室副主任梅剑平告诉记者,试运行期间,每天将播出 4.5 个小时的 3D 节目,3D 频道的开通将有力地促进 3D 电视市场的发展。

目前有关 3D 电视技术和渠道的问题都已基本解决,但这并不是主宰 3D 电视产业的关键点。中国电子技术标准化研究所副所长赵新华表示,在 3D 功能即将成为彩电标准配置的关键时刻,不闪式和快门式 3D 技术的差异以



消费者在选购电视。(资料图)

及三星、LG、海信、创维、TCL、长虹、松下等 10 余家中外主流彩电品牌 3D 电视的不断上市,虽然给消费者提供了更多的选择空间,却也让消费者感到无从选择,在这种情况下,3D 电视标准便成为了万众瞩目的焦点。赵新华向记者透露:到今年 12 月份,《立体电视图像质量测试方法》草案已经完稿,目前该草案正在进一步的修订完善中,预计明年上半年出台。

今年,彩电圈里最热门的话题莫过于“智能”。然而,明年智能电视将不再是海信、创维、三星等传统电视制造企业一统天下的格局,联想、谷歌、微软、苹果、英特尔等 IT、互联网巨头都在虎视眈眈。目前,英特尔已经通过与谷歌的合作进入智能电视领域,而谷歌又通过与三星的合作再度进军电视领域。微软则很早就已涉足电视市场,不仅销售网络电视,还为电视、机顶盒生产软件,更表示要推出 Xbox 智能电视产品。而最引人注目的要数 AppleTV 和 GoogleTV。在国内,IT 巨头联想采用自主研发的操作系统的 ideaTV 智能电视也已上市。显然,IT 大亨们已决定在智能电视领域与传统彩电巨头决一雌雄。

画质关注度提升 竞争回归彩电本质特性

目前,中外彩电企业无不在忙于功能的角逐,却忽略了平板电视的基本特质——画质、音质的完善和提升。中国电子商会消费电子调查办公室的调研数据显示,在消费者选购彩电的考虑因素中,认为画质重要的达 26%,排在“品牌”之后。在关注 3D 电视的选购因素中,画质更是影响消费者选购的最主要因素,超过了对价格和功能两个因素的考虑。

现阶段,彩电企业间的价格竞争愈演愈烈,并且产品型号更新加快,企业为了充分获得成本竞争优势,往往会牺牲部分产品的基本性能,

其中最明显的就是声音效果。对此,赵新华表示,平板电视外观越来越轻薄,不可避免地会降低电视声音的质量。要保证好的声音效果,必须加大技术和成本投入,而在以价格竞争为主导的市场情况下,企业很难做到这一点。未来,对平板电视声音效果性能的提升仍然有很大的空间。

另外,关于平板电视的画面清晰度和色彩表现,技术上已经开始追求高的动态清晰度和对自然色彩的逼真还原。在这两方面,等离子电视仍然具备一定的优势,长虹、松下等离子 3D 电视表现尤为出色。在液晶电视领域,夏普也革命性地提出了四色技术以及炫彩技术,目的是为了更加逼真地还原自然色。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,画面清晰度、色彩以及声音效果作为彩电最基本的特质,将主导彩电产品的竞争,企业在各种功能噱头的炒作之后,终将回归到彩电最根本性的角逐。

◆相关链接

近一半消费者对平板电视售后不满意

相关统计显示,在中国城市市场,平板电视使用过程中出现故障的比率已经达到了 15%,平板电视可靠性水平与其他耐用家电产品相比不高。而在曾经有过维修经历的消费群体中,认为非常满意和满意的仅占到 53%。不满意主要集中在 3 个问题上,分别是更换零部件费用高、保修时间短、上门服务费用高。

工信部电子信息司副司长赵俊告诉记者,工信部已经准备对平板电视售后服务作出具体要求,但对于控制维修费用的问题,短期内还难以得到根本性的解决。

(据《中国消费者报》)

未来平板电视发展趋势

OLED 突破尺寸瓶颈 明年,OLED(有机发光二极管)将逐渐突破尺寸瓶颈,实现小屏手机显示器到 55 英寸大屏 OLED 显示屏的过渡。OLED 集聚了耗电量低、亮度高、黑色显示水平佳、对比度高等优势。

裸眼 3D 技术瓶颈将突破 裸眼 3D 电视是未来 3D 技术的必然趋势。从市场层面来看,部分企业已经开始计划裸眼 3D 电视的规模化销售。预计明年 3D 电视将实现商品化销售。

数字电视一体机普及加速 高清数字电视频道的逐步增加都为数字电视甚至是高清数字电视在 2015 年的普及提前做了准备,而数字电视一体机将逐步替代机顶盒成为电视终端设备的最终形式。

电视功能、内容与显示终端的脱离或成为电视角色的发展方向 为了能够完全承载平板电视不断增加的内容和媒体平台,将把智能平台、内容及芯片等硬件设备从电视中脱离出来,形成另外的电视外接设备,而保持平板电视大屏幕、小体积的特点。(新浪)

我国 DTMB 标准成为 第四个国际数字电视标准

日前,工业和信息化部科技司发布消息,国际电信联盟无线通信局第六研究组在日内瓦正式通过对《地面数字电视广播的纠错、数据帧、调制和发射方法》(标准号:ITU-R BT.1306)和《甚高频/超高频(VHF/UHF)频段内地面数字电视业务的规划准则》(标准号:I-TU-R BT.1368)两项国际标准的修订,将我国的数字电视地面多媒体广播系统 DTMB 标准纳入其中。至此,我国 DTMB 标准成为继美、欧、日之后的第四个国际数字电视标准。

2009 年 6 月底,受中国数字电视产业联盟的委托,由中国普天、清华大学、北广科技等单位组成的中国标准测试代表团赴厄瓜多尔进行了标准的技术测试工作。测试结果显示,中国标准大大优于欧洲、美国和日本 - 巴西等 3 个标准。但是结果出人意料,厄瓜多尔宣布采用日本 - 巴西数字电视标准。

但数字电视网络的建设和三网融合工作的推进,让产业链各方企业仍然对标准的前景

信心十足。与此同时,2009 年,国际电联也将中国 DTMB 标准列入《地面数字电视应用手册》。

推动我国自主知识产权的数字电视 DTMB 国家标准上升为国际标准,2010 年,国家发展和改革委员会、工业和信息化部、广电总局、国家标准化管理委员会等部门组织国内科研和产业界力量成立了数字电视国际标准推进工作专家组。经过不懈的努力,DTMB 标准得到了国内外产业界的大力支持和世界各国的普遍认可。

据了解,目前全球还有 100 多个国家未确定地面数字电视传输标准。工信部科技司相关负责人表示,DTMB 标准成为国际标准,对我国数字电视产业发展和国际化推进具有重大而深远的意义。

按照广电总局的计划,2012 年,全国 360 个地级市和 2077 个县将完成 DTMB 信号覆盖,同时,全国公交车移动电视都将转为 DTMB 系统。(新华)

1 号门:洗衣机铝代铜 今年五一前,威力在全国 30 多个省份的终端卖场同时发出一份“通知”令,“缉拿”2010 年 12 月 31 日以后生产的威力铝线电机。同时,威力还揭出了业内部分企业迫于铜价飙升,采用成本更低的铝线电机代替铜线电机,造成产品性能在多方面有所降低的内幕。

点评:如果铝线电机真有所说的自然危险,那为什么企业不能本着对消费者负责的精神对之前生产的产品进行召回?由此,我们也不难看出“通知”令中的作秀成分。

2 号门:饮水机砷超标 5 月 30 日,卫生部在官方网站发布了《关于不合格涉水卫生安全产品公告》(下称《公告》),通报松下、3M、三菱、海狼星等 11 款进口净水器产品检测不合格。其中,砷超标的有松下、3M、三菱等 7 款产品。

点评:《公告》一出,业界哗然。但至今尚未有问题成因的权威解读,消费者仍然备感茫然。

3 号门:电吹风被召回 国家质量监督检验检疫总局 5 月 31 日通报称,飞利浦(中国)投资有限公司决定从当天起召回 2008 年 1 月到 2011 年 1 月期间生产的飞利浦电吹风,召回的原因是这些产品如关闭后仍继续连接在电源插座上,在极端情况下可能存在过热现象,会导致产品塑胶变形、冒烟或自燃的安全隐患。

点评:近年来,外资品牌不断陷入质量门,但是国人的崇洋心理似乎并没有由此减弱。究其根本原因,还在于本土企业尚未抢占技术制高点,本土品牌还缺乏足够的号召力。

4 号门:豆浆机润滑油事件 9 月初,有食品行业专家爆料称,市场上销售的豆浆机、果汁机内所使用的都是工业润滑油,但外销产品用的则是食品级润滑油。这些工业润滑油一旦发生泄漏,将可能危害人体健康。不久后,中国家电协会出面驳斥了这一说法,中国家电研究院相关专家也作出了科学解释。

点评:行业揭黑与爆料几乎贯穿了家电业发展的全过程,即使在已经跨入了“巨人时代”的今天,不少企业仍然热衷于“儿时”的游戏。

5 号门:不锈钢炊具重金属超标 10 月,苏泊尔 81 个型号 1000 余件不锈钢炊具被黑龙江省哈尔滨市工商局道外分局检测出不合格并全部查扣,原因是产品存在锰含量超标、镍含量不达标的问题。对于这一检测结果,苏泊尔方面提出了异议,称该公司制造的相关产品均通过国家相关机构检验,检测结果均合格。

点评:日前食品用不锈钢制品的国家标准正式发布实施,新国标将重金属锰的迁移指标列入其中。卫生部相关负责人解释说:“凡符合我国相关国家标准的不锈钢制品,其锰的迁移水平不会造成健康损害;之前报道锰含量超标的品牌汤锅,其实都是不符合不锈钢材料国家标准(GB/T-3280)的。”

6 号门:冰箱门关不严 从 9 月 27 日开始,老罗英语培训创始人罗永浩连续发布微博,指西门子冰箱存在门关不严的问题。11 月,罗永浩到西门子公司进行维权,砸坏了自家 3 台冰箱。12 月 4 日,西门子公司就此事进行道歉;12 月 21 日,罗永浩不满道歉再次抡锤,称问题不解决将闹到 3·15。

点评:作为外资高端品牌的代表,西门子一直在中国消费者心目中有着强大的品牌号召力,但也许这也成为了其忽视消费者意见的重要原因之一。

7 号门:部分企业被取消下乡资格 10 月,商务部、财政部、工业和信息化部共同发布《关于取消 15 家产品抽查不合格的家电下乡生产企业中标资格的公告》,全国共有 15 家家电下乡生产企业因产品抽查不合格,被取消家电下乡中标资格。

点评:家电下乡工作已实施 4 年,但因产品质量问题受到处罚的企业还真如凤毛麟角,不是企业的产品质量过硬,而是相关部门的处罚利剑迟迟不能挥出。亡羊补牢为时未晚,事实上,在整个市场的建设中,政府相关部门均应发挥主导作用推动市场诚信机制的建立,并依靠法律发挥诚信机制的制约效力,加大违规成本,使违规者得不偿失。(中消)