

彩电迎来 OLED 元年

过去的一年,小米、乐视等互联网企业的跨界挑战成为彩电行业的热门话题,不过市场销售数据显示,彩电行业格局并未发生变化,而智能电视领域的低价比拼似乎也到了拐点。业内人士认为,2014年市场将主要是针对技术和中高端领域的竞争,创维集团副总裁刘棠枝就表示:“2014年将是国内4K电视的普及年,也是代表显示技术未来方向的OLED电视元年。”

智能电视领域低价比拼已到拐点

过去一年的智能电视市场相当火热,奥维咨询近期公布的数据显示,2013年底智能电视市场渗透率将达到45%。另据奥维咨询与新七天电器网联合发布的《智能电视消费需求分析白皮书》显示,有83.6%的消费者表示未来肯定或可能购买智能电视,支付意愿集中在5000~8000元之间,46寸以下的产品不再是电视尺寸的选购主流,46~66寸的消费需求明显增加,占到51%以上。

《智能电视消费需求分析白皮书》显示,视频仍是智能电视最重要的功能,近三成(24.6%)的消费者认为智能电视最重要的功能是视频点播。相较而言,消费者对内置应用软件商店、网络购物和手势识别功能的需求明显低于其他。

智能电视领域的市场前景也引来了众多互联网企业。2013年下半年开始,小米、乐视等互联网企业相继推出了智能电视产

品,以低价比拼挑战传统彩电厂商。传统彩电企业一方面具有产业链以及全渠道布局的优势,另一方面也与互联网企业合作推出防御性产品,包括TCL与爱奇艺推出的TV+以及创维与阿里合作的酷开电视等。

从实际市场的销售情况看,这些所谓的行业“颠覆者”其实并没有改变彩电行业的格局。和过去10年一样,彩电行业依旧为包括创维、TCL、海信、三星、索尼等10家左右的中外品牌统治。

过去的一年,国内彩电行业经历了“过山车”式的高低起落。从上半年行业20%的高速增长,到6月开始陷入出货衰退,直到2013年10月国内彩电行业出货量依然出现11%的同比下滑。业界有观点认为,让彩电巨头从去年6月开始陷入出货衰退的,并非是互联网企业的“搅局”,而是节能补贴政策推出造成的冲击。

在行业出货量的寒流中,创维、TCL、海信等本土彩电行业却趁机完成了产品结构向高端的切换,大尺寸的4K超高清电视、云智能电视等新技术产品的销售占比大幅提升,而以往占据出货量主力的32寸LED电视等出货量却大幅下降。

厂商推动4K电视普及成竞争焦点

虽然家庭互联网也是彩电行业技术升级必须要把握的一个方向,但是显示技术自身升级依然是推动整个彩电行业增长的最重要的因素。来自市场调研机构

Displaysearch的研究报告显示,虽然全球液晶电视面板出货量仅仅增长了2%,但是液晶电视向大尺寸和高分辨率发展的趋势越来越快,今年50寸及以上的LCD电视面板出货量预计将达到2800万片(去年为1900万片),其中包括300万片4K×2K电视面板。正是基于这样的行业发展趋势,创维、TCL、海信、三星、索尼等品牌均将4K电视的普及作为2014年的第一要务。

帕勒咨询资深董事罗清启指出:“2014年入门级智能电视已经不太可能出现价格上的下降空间,这也是小米智能电视只闻楼梯响的原因。因为作为挑战者,其已经失去了价格上的明显优势,相反,原有的彩电巨头却依靠三四级和农村市场的份额优势,以及中高端产品的优势获得了不错的利润,这足以支撑其在入门级智能电视打造一道防火墙。”

业界对就2014年彩电行业的竞争热点,将从入门级产品升级到中高端产品形成了共识。创维中国营销中心总经理刘耀平就表示:“2014年中国彩电市场的价格竞争将回归到理性的价值战,主要彩电厂商之间的竞争应该是技术和中高端领域的竞争。在4K电视的普及战中谁推进最快,谁将获得成功,同样在OLED电视领域,谁率先布局也将占据先发优势。”

日前,创维在上海发布了国内首台4K家庭互联网电视酷开U1。据刘棠枝介绍,2014年创维4K电视销售占比要从目前的10%左右上升到60%，“这比之前创维在3D替代2D的节奏来得更快”。(南方)

众厂商逐鹿空气净化器市场

频发的雾霾天气带旺了空气净化器产品的市场销售。近日市场研究机构中怡康公布的线下监测数据显示,2013年2月、3月、10月、11月,空气净化器产品的同比增幅均在100%以上,尤其是11月销量和销售额的同比增长分别达到135.6%和169.5%。越来越多的厂商看中了空气净化器领域的商机,进入这一市场。

中怡康的监测数据显示,2011年我国空气净化器销量为112万台,同比增长10.9%;2012年为126万台,同比增长12.5%;到了2013年,销量猛增至240万台,同比增长90.5%。随着市场的不断升温,空气净化器产品的市场格局也在发生着变化。中怡康副总经理彭煜介绍,空气净化器市场供不应求的局面推动了产品价格的上涨,去年11月空气净化器产品的市场成交均价达到了3122元。消费者为保证净化效果,更加倾向于搭载多重过滤系统的高端产品,其中离子过滤系统的空气净化产品价格涨幅最为明显,1~11月累计上涨16.1%。

数据显示,活性炭过滤系统份额仍然最大,超过四成,但市场占比有所缩水,离子过滤系统和触媒过滤系统的市场占比均有小幅上涨,多重过滤系统的产品增幅最大。在渠道方面,空气净化器产品也在从一级市场向二三四级市场蔓延,从城市地区向农村地区蔓延,不过雾霾情况更为严重的一级市场,仍是空气净化器的最大销量市场,增速达到近90%。

(玮珏)

广告