

# 四十六英寸大彩电将成消费主流



## 平板电视需求尺寸继续趋大

电视产品作为家庭娱乐的中心地位逐渐回归,更大显示的视屏享受到越来越多消费者的青睐。调查显示,46英寸及以上大尺寸电视消费需求达56%以上,大尺寸电视将成为2013年消费主流。

大尺寸的热潮引发了业界关于视觉冲击力的思考,针对电视“看”的属性,高画质显然也极为重要,中外主流彩电品牌在下半年纷纷发布4K超高清电视,力图抢占市场话语权。中国电子商会副秘书长陆刃波指出,彩电在经历了模拟电视到数字电视、HD高清电视到FUD全高清电视后,或将迎来4K超高清时代,但现阶段4K超高清大范围推广还不成熟。

首先是价格,目前市面上的4K超高清电视均价为普通电视的2倍以上,最高甚至达到5倍,普通家庭难以承受;其次是4K片源,这涉及到上游广电系统,短时期内很难理顺关系。4K超高清目前主要在于满足个性化需求,普及推广还需市场培育。

## 电视智能化趋势尽显

继手机智能化普及以后,TV端在2012年智能化进程明显加快。2月以来,国内主要彩电制造企业先后发布超过30个系列的智能电视新品。

虽然智能电视经过一年多的发展在消费层面获得了认可,但相对手机来讲,在智能化水准上仍有差距。调查发现,智能电视应用中存在较多的问题,如从智能手机移植的应用出现画面不清晰、卡屏、画面定格等问题;此外,消费者在应用商店下载应用程序时,想用的应用程序在应用商店找不到;

APP应用丰富性不够等。陆刃波表示,未来智能电视的发展应注重用户体验的提升,没有适合消费者需求的应用,智能电视将是个空壳。

## 中心城市增速趋缓

据中国电子商会消费电子调查办公室发布的数据显示,今年中国平板电视整体销量将达到4200万台,其中,TCL、创维、长虹、康佳等中国品牌快速增长,市场份额整体占比超70%。同时预测,2013年中国平板电视销量将达到4500万台,中国也将真正迎来智能电视时代。

中国电子商会消费电子调查办公室调研数据显示,最近3年,三、四级市场平板电视的消费增速已明显超越一、二级市场,预计2013年,三、四级市场占比将达到55%。在平板电视整体销量规模保持在4500万台低幅增长的形势下,明年三、四级市场的争夺将进入白热化。

同时,2012年京东商城、苏宁易购、国美商城等电商价格战持续升级引人关注,其价格战主要表现在以彩电为主的大家电,在信息交流如此迅猛的当下,网络营销渠道的影响力迅速显现,因此对彩电销售造成了冲击。但电商企业暂时还没有把优质的服务看作最为核心的竞争力,而是不约而同地把竞争焦点放在价格上,最后将会造成双输的结局。现阶段,已经有电商企业意识到用户体验的重要性,开始转变思路,大力创新“顾客体验”模式,而作为彩电销售渠道建设中的重要补充,它的不断成熟将使彩电销售渠道建设更加多元化。

(新民)

# 广告