

1月8日,中怡康市场调查公司发布的城市家电市场监测数据显示,从去年10月起,内外资平板电视的市场份额发生了逆转,目前外资平板电视份额已经上升到60%。而就在2005年10月,内资平板电视仍以72%的市场份额大幅领先于外资平板电视的28%。电视市场发生的逆转,也让记者感受到2008年平板奥运年中火药味已很浓。

国产、外资火线对峙 争夺平板奥运年

外资平板电视在北京、上海等一线城市占据了较大的市场份额是不争的事实,但是如果加上增长速度更快的二三级城市市场和刚刚起步的农村市场,中外平板2007年在销售额的比例上应该说打成了平手。以TCL、康佳、海信、海尔为代表的国产彩电品牌相关负责人抛出这样论调。不过,今年是奥运年,一线城市争夺战是重点,国产品牌很可能联手起来,在春节市场挑起大规模的降价,打翻身仗,当然降价的方向是大尺寸平板。

平板消费需求旺盛

据赛迪顾问统计显示,2007年前三季度中国平板电视的销售量达到477.2万台,同比增长了103.9%。销售额达到407.8亿元,同比增长了60.2%。回首2007年,中国平板电视市场呈现以下三个特点:液晶电视远超等离子电视,占据主导地位;40英寸、42英寸及以上大尺寸平板电视成主流;外资品牌市场份额强势上升,国产品牌受到挤压。

2007年前三季度液晶电视共销售440.0万台,占有

92.2%,等离子电视销售37.2万台,占有7.8%。产品线少、宣传力度弱以及厂商推动力不足等导致等离子电视市场发展缓慢;2007年前三季度液晶电视的40英寸、42英寸及以上尺寸产品的销售量超过了35%,50英寸等离子电视也迅速上位,大尺寸产品成为市场主流,主要原因一是32英寸、37英寸液晶电视受面板缺货的影响,增长幅度大大减小;二是大尺寸平板电视价格下降幅度大,刺激了终端销售;液晶电视市场一直是国产品牌占优势,然而2007年受到国际市场液晶面板供不应求的影响,原来中国台湾和日韩面板企业对中国大陆电视企业一直存在的价格上的优惠供应和供应量方面的优先保证,双双让位给了按订单大小供应和高价格优先供应,这给国产品牌带来了沉重的压力,国产品牌利润趋微、生存维艰。外资品牌则凭借产业链优势,市场份额强势上升。

国产应对面板价格难降

尽管去年年终销售旺季的面板需求最高峰已过,液晶

面板的价格却没有如显示器面板一样出现下滑。DisplaySearch发布最新监测报告显示,由于终端市场的需求依旧强劲,而且下游对于2008年电视面板的整体供应依旧有短缺的疑虑,因此本月初从32-46/47英寸面板价格均维持坚挺。而在中小尺寸的部分,由于需求并未大幅减少,因此价格也大致不变,32英寸面板部分型号甚至有小幅上扬。

上游制造业所表现的强劲形式,给国产品牌这场翻身仗带来门槛。TCL有关人士表示,对于国产品牌来说,完全有实力消化来自上游成本压力,对于他们来说,成本不是一个问题,关键是如何抢占先机出手,在外资品牌调整产品结构的时候,利用降价普及打他们一个措手不及。

康佳南京分公司有关人士表示,价格一直是国产品牌的竞争利器,当然对于在价格战上,外资品牌虽然会用,但未必用得纯熟,对于中国消费者心里的研究,外资品牌远不如国产品牌。

今年品牌将进一步整合

从全球面板的供货情况

来看,32英寸及以下中小尺寸液晶面板缺货情况在2008年不会有太大的缓解,而42英寸及以上液晶电视还有较大的降价空间,销售还会增加,大尺寸产品比重有机会突破42%。

2008年奥运体育赛事为等离子电视提供了良好的发展契机,观看奥运赛事成为等离子电视消费的主要动力之一,液晶市场竞争的加剧也为等离子电视提供了发展机会,越来越多的国内厂商加大了对等离子电视的投入,如海信、长虹、海尔等相继推出32英寸等离子电视。等离子电视将迎来发展的黄金期。

从2007年开始,国家把平板显示产业列为国家的战略性新兴产业,加大了对平板显示产业的扶持力度,从政策上、资金上加强产业配套资源和产业链的完善,为平板电视上游配套产业发展提供良好的产业环境,中国平板电视将进入产业整合时代,竞争格局将会面临新一轮洗牌。当然,在大政策的影响下,也给国产品牌2008年的翻身仗提供先决条件。

快报记者 杨坤

2008,平板长成啥模样

日前在美国拉斯维加斯举办的CES2008展会中,世界电子品牌争相推出了其新款的平板电视,它们代表了未来电视发展趋势。

激光电视揭开面纱

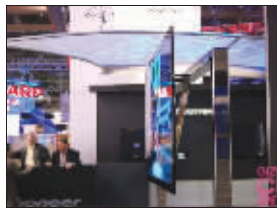
三菱的钻石珑显示器、三菱的Lcos背投电视、三菱的DLP投影机……三菱在视频设备领域名声显赫,并未停止过对完美画质的追求。这一次,三菱又揭开了激光电视的面容。

在发布会上,首先是三菱的几位高层表达了对激光高清技术的推崇,并简要介绍了三菱在激光显示技术方面的成就。他们宣称三菱是激光技术方面的领头羊,拥有激光市场75%的份额,这些使他们可以对大屏幕电视机的完美视觉效果重新作出定义。激光电



视给人第一眼的印象是色彩非常绚丽夺目而且对比度非常高,这次活动并没有公布激光电视价格、供货等方面的细节,对于中国消费者来说,激光电视进入国内市场还是一个谜。

9毫米厚的等离子电视



作为等离子电视的领导者之一,先锋仍然选择了坚持等离子路线。在CES2008展会

中,先锋推出了其Kuro系列概念等离子电视。令人惊讶的是,其厚度竟然只有9毫米,甚至比时下最为流行的超薄手机、厚度为11.6毫米的iPhone还要薄。

与液晶电视相比,等离子电视的优势在于不受视角的限制,在任意角度观看色彩都不会发生变化,色域也更宽广,并且不存在动态拖影现象。

大得可以当床睡的平板

松下AVC网络公司总裁Toshihiro Sakamoto公布了松下最令人震惊的产品,全球首款150英寸等离子显示器,其最高分辨率可以支持到2160×4096,是1080P全高清标准的四倍。

去年松下即公布了103英寸的等离子电视,坂本透露在2007年,这样的103英寸的超大尺寸电视在全球销售了3000台,完全出乎他的意料。如今105英寸的产品也推出了,这将代表一种大尺寸的画面生活方式,奥运会那样的节目在家看也能如同场馆感觉。松下认为,技术在改变生活,各种数字娱乐设备让人



们可以更多的联系在一起。体现一种足不出户的高清世界,对未来消费电子的设计,行业的重点是为提高用户的体验,让用户走到一起来,一起交流,一起互动,不仅是和家人,还可以和全世界的朋友交流。

快报记者 杨坤 整理

新春市民采购出了新花样

数字电视付费节目备受青睐成文化年货

春节临近,家家户户都忙着采购各种各样的年货。与往年不同的是,今年很多市民的采购计划中多了数字电视机顶盒和付费数字电视节目这样的文化消费品。

正值全市各广电营业厅举行“缤纷节目好视成双新春好礼大派送”的优惠活动:只要订购一定额度的付费节目,就可获赠金龙鱼调和油或者面值100元长途电话卡以及精美新年台历;除此之外,还能在次日返还其自购当日日起至2008年2月29日期间消费的所有互动电视点播费。因为包含了电视收视的高峰期——春节七天假期的全部节目点播费用,可以说是非常超值的。记者在现场看到,前来办理付费节目订购和购买互动机顶盒的用户均排成了长队,很多用户都是一手拎着油,一手提着机顶盒,拿着新年台历,满意而归。

家住建康路的陆阿姨告诉记者,她家订购数字电视付费节目已经有半年多了,今天来续费,充值100元就送

了油和台历。“马上过年了,这些东西家家都用得着,很实用……”当被问到订购了什么节目的时候,陆阿姨如数家珍:“世界地理、生活时尚、第一剧场这些频道都很好看,我还特意加订了时代美食频道,一个月才两块

钱,听说有专门的烹饪节目,要过年了,学着做点新花样儿……”据数字电视工作人员介绍,这次活动是数字电视开展活动中力度最大的一次,从元月5日一直持续到2月5日。拉开此次新年优惠活动序幕的,是元月5日在广电大厦营业厅举办的交通台著名主持人聪聪、薛子的签名见面会。见面会是他们以互动电视代言人身份在公众场合的首次亮相。几近爆棚的火热场面,连他们本人也没有想到。工作人员还提醒用户,目前全市九大广电营业厅以及上门服务的社区经理处均可参加活动,市民可就近选择营业厅或在社区经理处办理付费节目订购或购买互动机顶盒,把超值礼品带回家。

快报记者 徐勇

太尔即热式热水器受白领青睐

节奏较快、生活中总酷爱时尚的您,下班回家后的第一件事,就是想舒舒服服洗个热水澡。怎样才能尽快洗去

身心的疲惫,换上好心情,与家人共度属于自己的休闲时光呢?据悉,由深圳太尔电器有限公司推出的超薄时尚的K70型即热式热水器在南京苏宁、国美等家电卖场受到了白领极高的青睐。相信它定能满足您生活的种种高品位需求。

据介绍,有超薄时尚感

的K70型即热式热水器,拥有着超酷的外形、采用了全铝合金机身,能给你带来一种沉稳有力的感觉。它由太尔和美国阿帕斯合作开发、采用了即热热水器行业最先进的水晶石英管加热技术,既稳定高效,出热水又快到您来不及想象。此外,USK-70功率拥有七档调节,

采用进口铝合金拉丝的外壳,表面经高科技处理后,拥有着绝缘、防水、彩色绚丽、不老化的特性,相信您洗浴时定会有天天使用新机的感觉。想象一下,将这一极具个性的产品安装在您的洗浴间里,是不是会平添很多艺术氛围呢?太尔电器热线:025-84535062



件,就是想舒舒服服洗个热水澡。怎样才能尽快洗去

消费新潮流——52英寸超大屏幕液晶电视

目前,52英寸超大屏幕液晶电视正迅速成为消费新宠。据中怡康数据显示,52英寸液晶电视销量以去年同期上百倍的速度快速增长,而2007年11月52英寸液晶电视的销售冠军由飞利浦的52PFL7432摘得,其以13.7%的绝对领先份额稳居销售排行榜首,成为超大屏幕液晶

电视的王者。超大屏幕液晶电视厚度薄,52英寸的最佳可视距离只需2.5到3米,可进入更多较小的居室;而且超大尺寸的画面提供了更为广阔的视角,带来了身临其境般的影院享受。飞利浦52PFL7432就凭借极具震撼力的高清影院体验以及典雅简约的外观

征服了众多消费者,带来超凡脱俗的王者视觉享受。52PFL7432采用了飞利浦逐点高清画质处理技术,呈现近乎完美的极致高清图像。画面细节纤毫毕现,色彩自然生动,画面对比度鲜明;声音方面,仅依靠电视自身的扬声器也能享受良好的环绕声效果,而超大屏幕带来

的视觉张力和冲击力让人不由自主地沉浸在画面之中,身临其境的观赏体验让人酣畅淋漓;外观上,其典雅的黑色高亮外观,配以独有的时尚玻璃桌架,使电视宛如一件艺术品,更增添了观赏情趣。如果你想在家中享受顶级的影院震撼,飞利浦52PFL7432无疑是最佳选择。

惠而浦超薄大容量滚筒洗衣机全球同步上市

新年伊始,全球织物护理技术的领导品牌惠而浦家电集团,在中国推出与全球同步上市专为都市人群设计的“纤逸”系列智能超薄大容量滚筒洗衣机。该系列产品配备了惠而浦独有的“第6感”智能洗护技术,能自动优化洗涤程序,将洗涤时间、水位、机械力调节至最佳组合,为使用者带来最佳的洗涤效

果,同时大大节约洗涤的水电和洗涤剂用量。“纤逸”系列采用44cm(从前开门到排水管)超薄机身设计,5.5kg的超大容量完全满足家庭的日常洗涤需求。和已上市畅销的“智逸”系列一起,凝聚了惠而浦多项全球领先的织物护理专有技术。位于上海的惠而浦亚洲洗涤研究中心,将多项新技术

运用其中,大大提高了洗净度。“抗菌洗涤”经法国里尔巴斯德学院试验证明,可有效去除衣物上多种常见细菌,确保每一位惠而浦使用者远离病菌及过敏源。而获得国际羊毛局认证的“羊毛洗涤”和特有“手洗”程序,则更好地帮助消费者呵护各种高级衣物。滚筒机均采用全球最新电机,设计转速高达800-1200转/

分,为洗衣脱水提供澎湃动力,在缩短衣物晾晒时间的同时使得漂洗更干净。“纤逸”系列超薄大容量滚筒洗衣机已在苏宁、国美、五星各大卖场隆重上市)

