

商业消费

成长
悦生活

责编:王翌羽 美编:陈恩武 组版:唐龔



4K电视再成CES焦点 中国市场价格战打响

北京时间1月8日到11日,2014年度CES国际消费电子展,横跨15个类别、3200多家来自全球的厂商带来最新的消费者科技产品。

在上届展会上,索尼、松下、夏普、三星、LG等日韩彩电巨头在4K电视出尽风头。而在本届展会上,国内彩电厂商海信、TCL、长虹、康佳等也集体展出了4K电视新品。

就在各大厂商进行技术展示的背后,国内4K电视市场已经硝烟四起。

首先,4K电视平均价格下降之迅速让人瞠目结舌。据奥维咨询监测数据显示,2013年1月,4K电视均价为37799元,但到了11月,该数据已降至7442元,几乎只剩下零头。

从销量上看,2013年国内4K电视销量增长迅猛,在1月份时4K电视的销量仅为544台,但在7月份时销量首次突破1万台,并且平均价格也首次跌破1万元,销量和价格分别为14028台和9176元。2013年1~11月,合计销量为28.79万台。

根据NPDDisplaySearch全球电视出货及预测最新季度研究报告显示,4K电视的出货量在2014年将增长至1270万台。其中中国2013年的出货量达到全球出货量的87%,2014年略微降至78%。这意味着,中国在全球4K电视的出货量中将占据绝对领导地位。

虽然其他市场随后会有所追赶,但在激烈的竞争和低廉的价格刺激下,中国仍将是4K电视出货量的引领者。2014年中国4K液晶电视的平均售价将降至1000美元,而全球的平均售价在1000美元以上。

此外,各大面板厂商2014年的面板出货计划均将倾向于中国大陆。中国台湾地区的群创已在积极部署对大陆厂商加大50英寸以及全系列4K面板供货的计划。三星也显著提高了对中国大陆市场的重视程度,计划在2014年17%的面板将出货给中国本土厂商。

来源:家电网、每日经济新闻



2013家电大盘点

南京,作为家电销售重镇,多年来一直是各大品牌精耕细作的重要区域。在南京,多个合资、国产品牌建立了家电生产工厂,流通覆盖率高,营业基础强。南京约810万常住人口,拥有被称为“中华第一商圈”的新街口。南京作为长江三角城市带的桥头堡,形成了对安徽、苏南、苏中、浙北的整体辐射。

这让我们不难理解,国内首家格力全屋净化生活馆落户南京;海尔南京公司将2014年的销售增长目标上调至40%;方太南京公司2013年销售额独占鳌头,是第二名的1.8倍;LG将南京打造为LG电子在中国的核心城市——LG city,举办了其推出的“101快乐服务”全国首发仪式……回顾2013年,在各种资本扩展,跨界合作等演绎下,家电业的精彩也尽在其中。

B20

“剑指名校”系列报道之一:
讲一个学生的故事
让更多学生受益

B22

马上变美

我们对新年的憧憬在于很多事情可以“重新来过”,这会带来巨大的动力,让你不再留恋过去,去向未知的全新生活。马年,许一个个美丽的心愿,然后迅速付诸行动,如今的美容高科技已经发展到能让你“马上变美”。

B26

