

6月13日,四年一度的巴西世界杯开幕,4K液晶电视价格战也吹响了开场哨。

记者在新街口几大家电卖场调查发现,4K平板电视成了各大电视厂商的主打产品,价格持续下降。创维去年上市一款42英寸4K液晶电视5000多元,目前售价是4000元左右,如果遇到活动售价还会低至3700元,不到一年的降幅将近20%。目前,40—50英寸4K液晶电视市场售价维持在4000—5000元。

奥维咨询黑电事业部副总经理董敏分析认为,受市场饱和、技术更新换代减速等因素影响,电视市场呈现销量和价格双下滑的趋势。

现代快报记者 王立航 蔡旺

4K液晶电视上市不到一年降价20% 平仓! 彩电圈再现价格战

调查1

热

4K热销 关键靠降价

6月17日上午,记者来到新街口某大型家电卖场,在电视销售区随处可见4K电视标志。在卖场内的三星平板电视展区,4K平板电视占据了大部分位置,价格从四千多元到几万元不等,最贵的是65英寸的曲面UHD电视,售价31999元。“今年平板电视的主流是4K超高清电视,分辨率高,画面超清晰。”导购人员向记者介绍,目前价格在五六千元的4K超高清电视是不少消费者青睐的,前段时间的优惠活动比较多,销售了几十台。

“今年巴西世界杯的重要赛事首次实现4K转播,也带动了4K电视的销售。”创维电视促销员周先生说,4K电视的出样率为40%,价格呈现逐步下降的态势。42英寸4K电视刚上市时,价格为5000多元,现在一般要4000多元,搞促销活动时甚至降价到3700多元。从销售数据来看,4K电视一个月的销量在几十台,占销售总量的20%至30%。TCL电视促销员告诉记者,4K电视出样率为30%左右,销售额也占到了总量的三分之一。他观察到,经济实惠型的特价机和高端电视最受欢迎。

苏宁南京公司商品经营中心黑电采销中心宣望军告诉记者,从苏宁的销售情况来看,今年平板电视的热销品两极分化严重,一种是以4K电视为代表的高端平板电视,另一种是价格便宜的普通液晶平板电视,中端产品反倒销售平平。宣望军介绍,从年初开始,4K电视的销量占比一直在上升,40英寸、50英寸、60英寸的4K平板电视销售情况都很好,是今年平板电视的一个增长点。同时,低端产品销售量能占到整体销售的40%甚至50%,金额上能占到30%左右。

互联网消费调研数据中心数据显示,4K电视市场在4月份继续升温,各大电视厂商纷纷推出4K电视新品,市场产品数量增长到117款,较3月多出23款新品。55英寸依旧是最受消费者关注的电视屏幕尺寸,关注比例达到45.2%。



调查2

冷

3D被冷落 等离子谢幕

2010年,3D电视横空出世,引发了市场的关注,不少厂商在随后的一两年内推出了相关产品。但周先生告诉记者,由于3D片源效果不好,加上戴3D眼镜比较麻烦,3D电视已经不是主打产品,顾客消费也都趋于理性。据媒体报道,英国BBC去年7月份就宣布将暂时停止制作3D技术相关节目,最主要的原因是观众兴趣不如预期,体育电视节目巨头ESPN也在去年6月份宣布将关闭旗下3D频道。互联网消费调研数据中心数据显示,今年4月份国内3D电视市场上市售产品数量共计877款,分属25家不同的电视厂商。从整体市场来看,在智能电视和4K电视的冲击下,3D电视的关注优势已极其微弱,仅为51.0%。在价格方面,本月市场主流价格段集中在3001元至8000元。

记者注意到,卖场内比3D电视数量更少的是等离子电视。新街口某大型家电卖场促销员说,现在他们这里早就卖等离子电视了,全部都是液晶电视。如果在屏幕上保持较长时间的静止图像,等离子电视会产生烧屏现象,因此逐步被厂家所淘汰。目前,只有三星、长虹两个厂家的专柜内还在销售等离子电视。

“现在市场上的主流电视还是液晶电视,LED屏以及最新的OLED。”苏宁南京公司商品经营中心黑电采销中心宣望军说,以前的等离子电视已经越来越少,主流品牌生产商中只有两三家在做,大部分品牌都已经淘汰了等离子电视。宣望军介绍说,等离子电视最初是和液晶电视并行的两种电视产品,由于等离子电视能耗高、画面质量不佳的缺点被市场诟病,而平板液晶电视却在不断地完善功能,比如4K超清晰、网络智能化、3D等。宣望军预计,液晶电视还会是未来电视市场的主流,OLED技术或许会引领发展,也不排除其他新技术的出现。

声音

饱和式消费驱使价格下降

2010年以来,我国电视产业处于新旧产品更替阶段。平板电视需求增速持续增长,2012年的销量达到4200万台。经过几年的高速发展,2013年下半年液晶电视零售量市场规模2100万台,较上半年有所收缩。据奥维咨询(AVC)数据显示,2014年第一季度,中国彩电市场内销零售总量为1090万台,同比下降10.5%。其中,液晶电视销量1068万台,同比下降7.5%。

今年1月份发布的《中国平板电视消费者需求分析及市场预测》提到,国内平板电视需求量目前已趋向顶峰,由于相关惠民政策的收紧,导致我国彩电市场面临严峻态势,预计2014年中国平板电视需求量4400万台,国内平板电视需求数量将首次出现负增长。需求数量的负增长,意味着未来平板电视市场的竞争会更加激烈。

奥维咨询黑电事业部副总经理董敏说,近几年,虽然电视的平均尺寸在不断增加,但平均单价却在下降,去年的平均单价为3576元,今年仅为3456元。造成电视价格持续下降的首要原因是市场已经趋向于饱和,我国平板电视保有量为2.4亿台,CRT电视保有量是3.3亿台,估算下来,我国每个家庭平均电视拥有量是1.26台。在这样一个饱和的市场里,容纳了国内、外资、IT、互联网等诸多电视品牌,从而导致了过度竞争。电视厂商通过产品技术升级来注入新的附加值,最终来维持稳定的价格水位。时至今日,技术更迭遇到了瓶颈。另外,3D、互联网、4核等卖点轮番轰炸,已造成消费者的疲劳,降价将成为所剩不多的刺激消费者购买的手段之一。目前,“小米、乐视等互联网企业杀入激烈的电视红海竞争,推出了相对低价的产品,对消费者的心理价位进行了重建,这从一定程度上加快了电视价格持续下滑的速度。”董敏补充说。

对于电视产业未来的发展,董敏认为,在价格和产品同质化的情况下,电视的品牌、功能属性将会弱化,消费者会选择合适的产品。在渠道发展方面,中低端产品将会选择低成本的社会化渠道销售,比如线上渠道。家电卖场将成为大厂商的体验店或者旗舰店。“以后电视厂商卖平台、卖服务成为常态,提高用户的聚集度将成为重点方向。”董敏说,希望彩电企业之间不要发生恶性价格战,那样做只会影响企业积极性和市场良性循环。最重要的仍是提供配置合适,价格亲民的产品,以及注重消费者个人体验。