

“智”临天下 国产智能电视崛起正当时



智能云电视全面突击



TCL 多媒体科技控股有限公司市场推广部部长 陈阳

据预测 2011 年至 2015 年,中国将超过北美和西欧,成为全球最大的平板电视市场。事实上,自去年持续的欧债危机,欧洲和北美电视市场一直是处于低迷的状态。而中国彩电市场去年高达 3933 万台的销量,11% 的增长率,成为了全球彩电企业争夺的核心市场。凭借本土优势,中国彩电企业在全球的市场重心转移中也快速地崛起,目前在全球液晶市场占有率已经上升至 20%,直逼韩资和日资的企业。

作为彩电业未来发展的主流趋势,智能云电视已成为中国彩电发展的一个重要推手,引领着彩电业的快速发展。中国彩电企业正是凭借抢先外资,率先推出了我们的智能云电视的产品,让我们摆脱了以往被动的局面,为中国彩电崛起提供了历史性的机遇。

今年作为推动智能云电视全面突击,TCL 率先发布了企业的全云战略,围绕产品、价格、渠道、促销四个重要的环节,来实现 TCL 的全云战略的高地。在云销售中,我们实现了利税大增,其中 TCL 3D 智能云电视销售额占比高达 24%。值得一提的是,今年 TCL 与国家发改委、国家部委、行业权威机构,联合发布了智能云电视的行业标准的 2.0 版本,再次参与了智能云电视行业标准的制定。会议上 TCL 五大系列的智能云电视新品,全线通过了国家的最新认证,也获得了行业权威的一致认可。

大变局也是大机遇



康佳集团多媒体事业部副总经理 许宏俊
我们目前正处在一个彩电大变局的时代。两年前,当我们面临产业制造大潮时,一位经济学家曾说过,每一次全球的经济动荡都带来一个大国的崛起,每一次行业的变化,也意味着整个行业的洗牌和品牌的崛起。我

们希望国产品牌利用这样一个智能化的时代抓住机会。

一个大变局,同时也是一个巨大的机遇。上半年整个彩电业呈现负增长,但这只是一个短期的下滑,国家节能惠民政策的推出以及中国农村市场的崛起,将给我们带来更多的机会。另一方面,农村市场的变化,以及智能电视技术的发展,也是国产品牌面临这样一个市场变化的巨大机遇。我认为,中国彩电已经进入了智能云时代所带来的发展新时代。

创新是融合的创新,而对于国产智能电视而言,创新是与 IT 企业的融合。因此,康佳在较早时候就选择了联合金山软件、新浪,甚至银联,进行了跨界的多渠道合作方式。这是国产智能电视一次 IT 化的进程,更是融合的创新。

同时在品牌经营方面,由于创新的融合和变化的不可琢磨,所以国产智能电视所面临的竞争更是一种综合的竞争,或者说是整合了产品技术,同时加上营销模式、营销观念以及促销形式的多方面竞争。

下半年行业迎来利好



青岛海信电器营销有限公司副总经理 张喜峰

随着 6 月临近尾声,意味着 2012 年上半年的结束。在上半年彩电市场发展,有两点值得我们各位同仁关注。第一是彩电市场整体需求量增长乏力。从中怡康统计的相关数据来看,2012 年 1-4 月份彩电行业整体的零售负增长 19.2%,销售额负增长 25%。之所以会呈现负增长,我认为是受到了经济大环境不利的影响。然而,5 月底财政部和发改委一起发布的节能家电惠民产品政策,将平板电视首次纳入其中,这对彩电行业下半年发展而言是个利好消息,并且给国产智能电视未来发展奠定了扎实的基础。

其次,智能电视的普及速度非常快。从中怡康的统计数据来看,智能电视销售量达到了 30%,销售额已经超过了 40%,而且我们预计在今年下半年智能电视的销售比重应该会突破 50%,成为彩电市场的主流。

海信作为中国较早进行智能化转型的一个彩电企业,去年率先发布了智能化战略,同时启动了旗下的多媒体通信、家用电器、智能交通以及房地产,组成了海信智能全系统。应该说海信的决心是非常大的,我们把这个智能化看成关乎海信未来几十年发展的关键所在。

软件和服务成为制胜关键



创维集团中国区域营销总部广告宣传部总监 杨孝俊

客观来看,在整个彩电行业的产业链竞争上,国产品牌并不占优势。以韩国品牌三星为例,三星之所以能够在近十年来的时间内崛起,主要原因是掌握了全产业链工业。因此,国产品牌在未来发展的道路上还需要不断地学习和总结。

当我们还在为建设一个七代线、八代线沾沾自喜的时候,我们看到了 LG 已经宣布广州的十代线停产。这意味着什么呢?韩国企业又计划做什么呢?没错,它们在投资 OLED。因此,可以预计到今年的“十一”,在市场上我们就可以看到韩资品牌最新型的显示器件 OLED,它可以把功耗做到 LED 的 50%,甚至更低,而且还可以把器件做得更大。这一点值得我们深思,或许之后我们可能会去做一些摸索,但我们必须正视的是,在整个行业认为国产彩电已经进入到产业链上游的时候,实际上产业链已经发生了改变。行业甚至有人担心,这种晶体面板的投资会不会是一个陷阱,是一个把中国彩电业推向无尽深渊的一个陷阱,因为一条液晶生产线的投资本身是很大的,然后它需要一定的产能来维持运行,每年又需要大量的投入。如果在智能电视时代,国产电视只将注意力放在硬件上,那么只要显示器件发生了重大的变革,那对于对国产彩电而言就是一个巨大的打击。

因此,在智能的电视时代,软件和服务成为了制胜的关键。如今的电视,不再是单纯的播放器,更是提供交流和互动的窗口。因此,如果当硬件已经成为标配,那我们国产厂家就更需要在软件和服务上做好文章。

智能电视更要贴近用户



上海海尔工贸彩电产品总监 何卫

开放式的操作系统和实现良好的人机互动都是智能电视行业发展的一个必然趋势,那些脱离用户需求的产品,最终肯定不会赢

得市场的肯定。

海尔电视多年以来一直在智能电视领域里精耕细作,连续研发了脑力波电视、透明屏电视,包括无边框语音电视等创新产品。在近三年来,海尔推出了最新版的智能电视 HiTV。在智能、3D、多屏合一,包括人机互动、一键同步等方面都具备了顶尖的技术,同时更注重产品功能和用户体验,并在节能方面也有明显优势。

海尔智能电视的多屏互动,可以让电视与电脑、手机、Pad 实现互联,使用户可以通过手机、电脑操作电视,也可以通过电视来显示所应用的游戏和照片,真正实现看电视同时突破时间和空间的一个局限。

海尔 HiTV 持续的技术创新,让人们提前感受到未来电视的一个独特的魅力。海尔彩电一直以智能、节能、环保、健康的理念,为消费者带来便捷人性化的用户体验和绿色健康的视听享受,这是我们发展的一个永远不变的宗旨。

推广联盟助力行业发展



四川长虹电器股份有限公司上海分公司总经理 阳周

放眼全国,再看上海,今年市场整体普遍都不好,上海作为全国经济的中心,更对整个行业的发展起着至关重要的作用。因此,做好上海市场的突破,然后再放大到全国,可以有效地提升国产智能电视在市场的所占的份额。另一方面,从跟其他品牌的竞争来看,国产在渠道、功能、推广三个方面最具竞争优势。为了最大化这三方面的优势,就需要我们大家共同联手来规划智能电视的未来发展,因此本次的国产平板品牌高峰论坛,以及所成立的“上海智能电视推广联盟”显得非常有意义。

家电行业发展到今天,从看电视到用电视,已经成为了趋势。无论今后硬件的发展还是环境的影响,都不会制约这个趋势。另一方面,既然我们说“用”电视,那就势必涉及到功能,而功能又恰恰是国产智能电视最核心又最具有优势的地方。

另一方面,要想把顾客吸引到电视周边来,一定要有良好的体验和交互,这也是我们现阶段对整个智能电视行业的一个定义。因此,长虹推出了更适合中国消费市场的语音交互系统 ciri。随着国产智能电视的集体发力,我们相信,在不久的将来,将会有越来越多的消费者重回电视机旁,感受智能电视带给用户的亲切互动和丰富的交互式体验。