

# 彩电市场上演“三分天下”

## LCD退市甩卖,LED争得大半江山,3D冲劲正猛

本报记者 曹宏源 见习记者 孙明利

3D电影上市后反应火爆,3D电视应运而生。而就在去年底,LCD电视退市的消息不胫而走。向来竞争激烈的电视市场格局发生了怎样的变化?未来电视市场的主流趋势又是什么?近日,记者针对这些问题走访了德州多家大型电商商场。目前,彩电市场LCD、LED、3D等离子的“新三国”争霸正在展开。

### LCD电视:昔日霸主,今朝退市成定局

17日,记者在市场上发现,多数品牌的LCD电视在货架上的比例不高。“现在我们的LCD电视只有40、42英寸两种型号,价位在3000元左右。其它的都是LED和3D电视。”某国产品牌销售经理告诉记者,现在LCD电

视在整个市场的占有率在20%-30%之间,而去年同期至少占40%。

据商家介绍,LCD电视现在正处于清货阶段,他们已经基本上不进货了,需要时会根据客户的具体需求从厂家少量采购,采购尺寸都

在50英寸以下。

据了解,虽然LCD电视处于退市阶段,但面对来势汹汹的LED电视和3D电视的挤压,商家为了加快清货速度,将价格大幅降低。记者在市场上看到,某品牌一款26英寸的

LCD电视仅卖2200多元,按照商家的说法是接近成本价。某家电商场电视专柜销售员小陈说,从目前发展的趋势来看,LED电视已成为主流消费产品,电视屏幕厚、耗电量大,LED电视退市已成定局。

### LED电视:担领军重任,功能不断创新

“LED电视2009年进入德州市场,当时市面上30英寸以上的电视价格基本都在5000元以上,一年多之后,各品牌各尺寸普遍降价1000元以上。”某电视品牌德州地区代理商李经理说,2010年上半年的这次大范围降价,主

要有两个原因:一是各品牌特别是国产品牌普遍投产该领域,市场数量型号增多,竞争激烈;二是《国家平板电视能效限定值及能效等级》规定的出台。

就在这次降价后,LED电视以其画面质量高、机身轻薄、环保节

能等优势迅速占领市场。现如今,几乎所有品牌的LED电视占据着专柜60%-70%的上架率,成为市场名副其实的领军机型。

不过,自3D电视上市以来,LED电视着重从功能上进行了扩充。浏览互联网、wii式家用电

玩、在线看电影等新功能不断附加,有的品牌甚至打出了用LED电视看3D大片的旗号,试图将电视变成一套娱乐综合体。这些做法目的只有一个,就是延长产品生命周期,对抗3D电视的市场挑战。



### 3D电视:带来新震撼,国产货待提高

一副“墨镜”成了3D电视的营销法宝。几乎所有的电视品牌销售区,商家都会让消费者戴上3D电视的墨镜来场体验消费。

记者走访中发现,几乎体验过的消费者都会对3D电视的效果赞不绝口,这时销售人员则会趁机对电视功能进行讲解,实践证明这种策略非常奏效。现实情况是,3D电视进入市场一年的时

间,多数品牌的占有率都能达到20%以上,上升势头十分明显。

3D电视目前国产和进口产品价格相差悬殊。以某国产品牌为例,55英寸3D电视的售价为12900元,而国外品牌(合资产品)同尺寸的价格在25000元左右,高的甚至能达到3万元以上。为何差别如此之大?业内人士介绍,除了国外品牌的电视具

有超薄、视觉效果好等原因,更重要的是国内品牌缺乏自主核心技术。

目前,LCD、LED、3D电视分别占据低中高三级市场,层次高市场的主载体正向层次低市场渗透,格局正待改变。不过,现在的3D电视有很长的路要走,而国产品牌的3D电视要走的路则更长。