

· 信息廊 ·

## 家电领域加快节能环保转型

北京商报讯(记者 陈维)工业化、城镇化的快速发展以及资源环境瓶颈制约日益加剧,使得家电等各个领域节能环保、低碳发展的推进再次加速。日前,2013年中国低碳发展战略高级别研讨会暨第四届地坛论坛在北京举办。会议就中国低碳发展与经济转型升级、中国能源低碳发展战略、中国低碳发展新型城镇化建设等问题进行了讨论。

国家发改委副主任解振华表示,此次会议对进一步推进低碳发展具有重要的积极意义。同时要加快生态文明的制度建设,健全自然资源资产产权制度和用户管理制度,划定生态保护红线,实行资源有偿使用制度和生态补偿制度,改革生态环境保护的管理体制。

## 大尺寸弧面屏电视走红市场

北京商报讯(记者 金朝力)索尼日前推出了国内首款65英寸S990A弧面屏LED电视,将LED液晶电视正式引入弧面屏时代。据悉,索尼弧面屏电视S990A选用65英寸超大屏幕,能将电影院的大视野完全展现在用户眼前。

这款65英寸S990A弧面屏LED电视在“十一”期间销售情况远超市场预期,部分地区甚至产生了断货现象。市场与消费者对于弧面屏这一新颖独特的观影概念也十分认同。但也有专业人士建议指出,弧面屏电视纵然能带来显著优于平板电视的视听体验,但这一点对于小尺寸弧面屏电视来说效果并不明显。真正显著的效果体验需选择65英寸或更大尺寸的弧面屏电视,这也是索尼第一款弧面屏电视就锁定在65英寸的原因。

## SMG实现新媒体与传统电视互补

北京商报讯(记者 金朝力)北京商报记者从SMG(上海东方传媒集团有限公司)获悉,为了加快实现新媒体与传统电视的优势互补,打通以百视通、风行网为代表的新媒体资源互动,2014年,SMG将加大对投资控股的网络视频平台风行网的版权支持,并继续深化双方在影视剧、综艺节目、体育、新闻等重点内容上的资源融合,扩大目前现有片库的规模,为品牌提供从媒介到销售的全方位服务,从而进一步提升广告效果,提供360度全媒体营销解决方案。

有分析人士认为,风行网借助于SMG及百视通在传统电视以及IPTV、OTT的内容和渠道资源,将可能成为互联网视频行业内唯一且真正实现4屏全覆盖的视频平台。有迹象表明,随着SMG、百视通台网融合的逐渐深入,风行网正试图构建起一个完整的、立体的视频营销——新一代全媒体营销解决方案。不同于传统的网络视频广告售卖模式的是,该方案将打通IPTV、OTT、PC视频和移动视频,直接生产整合内容。

## TCL举行4K电视大型促销活动

北京商报讯(记者 金朝力)北京商报记者近日获悉,TCL将于12月7日-12日举行“4K专家,群英荟萃——TCL年终分红双12,4K大板疯狂抢”的大型促销活动。有关专家表示,在整个4K市场中,TCL 4K产品力超群,被公认为行业第一,自然成为消费者心中的“中国好嫁妆”。据了解,TCL不仅是首批率先通过国家4K超高清电视检测认证的惟一中国品牌,而且力压三星、索尼等日韩巨头,成为通过认证4K产品最多的品牌。

据悉,对于视频内容有特别偏好的新婚家庭,TV+无疑是最佳选择。作为一款为中国互联网家庭量身定制的互联网电视,TV+免费为用户提供了超过20万“零广告”高品质影视内容,极大地满足了新生代家庭的影视娱乐需求。

## 创新仍是家电升级助推器

北京商报讯(记者 陈维)创业、创新其实并不是互联网行业所独有的。就在2013年,传统的彩电行业迎来了一批创业者、创新者。自今年5月7日乐视发布超级电视后,智能电视逐渐从概念走入实际应用,随后便是爱奇艺、小米、阿里巴巴等企业集中进军智能电视领域。对于电视行业来说,这些企业都是创业者,但正是这样一批强大的创业者推动了整个电视智能化的快速发展和落地。

就在日前举办的2013年创业邦年会暨创业邦100年度颁奖典礼现场,爱奇艺创始人、CEO龚宇就指出,互联网行业的特征就是创新,没创新是不行的。随着互联网行业这几年从PC世界转向移动终端,再到今年备受关注的智能电视,创新早已蔓延至各个领域,创新也必然是未来彩电发展的重头戏。

有的产品供不应求 有的产品无人问津  
空气净化器呈两极化格局

PM2.5和雾霾天气让国内空气净化器市场迎来爆发式增长,使得亚都、美的、卡萨帝、艾美特、夏普等众多国内外品牌扎堆进入。然而北京商报记者通过调查发现,市场需求旺盛的同时,却出现部分品牌脱销、部分品牌无人问津的两极化现象,业内专家分析称,空气净化器行业已度过初级阶段,消费者不再是盲目购买,厂商只有注重产品品质进行纵深化发展才能立足未来市场。

## 市场现冰火两重天

“因为家里有小孩,所以想买个空气净化器,本打算购买夏普空气净化器,经过打听却发现夏普的产品在好几个月前就断货了,但其他品牌又不想买。”家住朝阳区的孙先生日前向北京商报记者抱怨称。

相比一部分空气净化器品牌销售火热的情况不同的是,很多不知名品牌的空气净化器产品却面临无人问津的状态。北京商报记者登录苏宁易购商场发现,目前在售的空气净化器品牌有近100个,其中飞利浦、松下、亚都等均有众多产品销售,产品评价数成百上千,而像小艾、雪龙云星等品牌评价数却为零。

据相关数据显示,2013年中国空气净化器市场销售额将从2012年的15亿元飙升至35亿元。尽管国内从事企业数量远多于国外品牌,但国内品牌却只占据了空气净化器市场两成份额。在业内专家看来,主要原因是国内空气净化器发展时间较短,行业标准严重滞后,产品的入门门槛较低,导致大量中小型企业在产品工艺质量、核心净化技术的欠缺导致了这些企业有产品无市场,鱼龙混杂的现象同时也制约着整体国内企业的发展升级。

## 借爱心公益传播品牌

面对需求旺盛的市场,短时间内借助促销手段却难以占领市场的国内企业纷纷将目光转向未来。不少空气净化器厂商纷纷布局爱心公益活动,希望以此来推动空气净化器品牌的宣传。

日前,艾美特爱心陪伴计划“清新校园行动”空气净化器捐赠活动正式启动。通过与麦田教育基金会合作,为解决贫困校区空气问



题,根据实际需求向校区捐赠了空气净化器AC09ARI。据了解,今年下半年以来,艾美特已向四川、山东、江西、河北4个省份的17所贫困学校捐赠103台空气净化器,而且该空气净化器捐赠还将持续进行至2015年。

空气净化器厂商进行爱心公益事业有着一定的历史。今年9月,卡萨帝开展室内空气质量净化公益活动。去年底,三星也在北京、上海、广州等重点城市深入40余家基层单位,为广大准妈妈、婴幼儿家庭带去健康微环境的新知识、新理念,捐赠三星等离子空气净化器。不只是空气净化器行业,就在使用最先进电器设备的航天领域,中国探月工程也通过授权发行中国第一探月宝玺,希望借此来吸引企业、公众的关注和支持。

## 重在产品使用效果

据中怡康预计,到2015年,包括空气净化器在内的室内环保业,在国内的产值将达到800亿元。一位空气净化器生产企业高管也表示,目前我国空气净化器的普及率不足0.1%,保有量提升

空间巨大。PM2.5问题曝光使国民更注重生存环境和空气质量,作为朝阳产业的空气净化器存在很大的市场空间。

然而,短期内大量企业扎堆进入也暴露了背后行业标准、认证缺失,市场无序竞争等问题。就在今年5月,亚都、莱克、飞利浦等空气净化器便被央视曝光虚标严重,无论是甲醛去除率还是PM2.5的去除率都达不到标注和宣称的水平。

中国家电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌认为,目前空气净化器行业不具体统一标准,企业联合监管部门共同推进行业标准的制定和完善很重要。但更重要的是,要受到消费者的认可,作为企业长久发展来说,爱心活动和公益事业与空气净化器的健康理念非常吻合,像艾美特、卡萨帝、三星等企业的爱心公益布局对品牌形象的传播很有意义,但是品牌形象传播最终是要回归消费者的实际使用,生产厂商应该加强产品的核心技术研发,只有让消费者在实际使用过程中切切实实地体验到产品的好处,才能让企业立于不败之地。北京商报记者 陈维

## 面板价格不断下降

## 国内彩电市场开启大屏时代

随着互联网智能电视的兴起,47英寸以上的大尺寸电视价格不断下调,以前动辄七八千的电视现在仅需2500元左右即可拿下。在业内专家看来,电视价格的大幅下降除与乐视、爱奇艺、小米等互联网企业不依靠硬件盈利有关外,与近年来电视面板价格的不断下降也有着极大的关联。

据奥维咨询数据显示,2011-2013年,47英寸以上电视面板的价格呈现阶梯式下降,从2011年的8901元到2012年的7460元,再到今年的7025元。

大尺寸电视价格的下降让国内彩电市场开启大屏时代。据奥维咨询最新调研数据显示,预计到

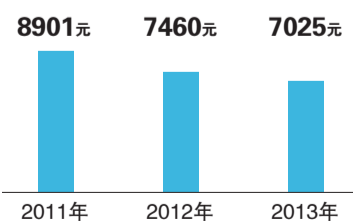
2015年,国内大屏电视销量总体占比将达到40%以上。

今年以来,5月乐视发布售价仅1999元39英寸超级电视后,行业便开始酝酿一轮史无前例的价格战,最后在9、10月得以集中爆发。9月3日,爱奇艺携手TCL发布48英寸智能电视TV+,经典版售价仅2999元,9月5日,小米发布47英寸电视同样售价2999元,并现场宣布将于10月中旬开卖。

就在经典版TV+和小米电视正式销售前,乐视S50横空出世,乐视发布了50英寸超级电视S50,售价仅2499元。而创维47英寸47E610G智能电视售价也低至3488元。

市场上的大屏电视不在少数,

47英寸以上电视面板价格



地理位置的优越性使生活在城市的人们率先体验到了大屏幕电视家庭影院的效果。随着城镇化发展,大屏电视的热销趋势将逐步蔓延至农村市场。

北京商报记者 陈维/文 贾丛丛/制表