

彩电2015年逆势生长后迎来最艰难一年?

“大盘不好总有人逆生长,彩电就是一个案例。”但他2016年,可能是最艰难的一年。

数据:电视衰亡论持续发酵

整体来看,受主要新兴国家和地区货币贬值以及经济成长的影响,2015年全球彩电出货2.3亿台,同比下降2.5%。中国已然成为全球彩电生产和销售主要地区,2015年中国彩电零售市场表现逆势上扬,2015年中国彩电零售市场零售量规模为4674万台,同比增长4.8%,零售额规模1572亿元,同比增长7.5%。这样一个成绩可以说是眼前一亮,远好于行业预期。

2016年电视的价值将继续发酵,客厅经济成为彩电行业趋之若鹜的存在。但同时也要注意,2016年世界经济仍将呈现复苏乏力态势,预计全球GDP将维持在3%左右的增速。在此背景下,中国经济发展增速也将放缓,进入到调结构的新常态,一定程度上会波及彩电制造业的发展。预测数据显示,2016年中国彩电市场零售量规模将达4739万台,同比微增

1.4%,零售额规模将达1611亿元,同比增长2.5%。

2015是打基础的一年,2016年彩电企业要过苦日子。这样悲观的论调有是三个重要支撑因素:首先,中国经济不可能在世界经济探底之前实现逆转,其次,过高的库存以及过高的区域分化导致中国的房地产周期调整可能比以往的要更加漫长;并且,2016年大改革和大调整的再定位,是否能够构建出新一轮激励效能的机制还不得而知。所以,2016年可能会是更艰难的一年。

品牌:竞争激烈也玩融合

不仅是外围环境的恶劣,还有产业自身操盘手法比以往都要复杂。前中国彩电行业参与者众多,话语权分散,行业正在经历一场全产业链的变革。近两年,互联网企业争相涌入智能电视领域,2015年就有大麦、17TV、PPTV、微鲸、暴风、风行等争相涌入,据统计,目前行业品牌达到了60多种,2016年预计还会有新的玩家参与进来。

在众多新兴电视品牌的搅局下,彩电行业价格战、技术战将继续发酵。工信部电子信息司视听产品处主任王中在发布会上感慨道:“外界好像看彩电行业挺热闹,但业内的人才知道其中的苦衷。55寸的4K电视,才卖2799元。这样的价格为消费者带来了实惠,对产业的发展却是一个很严重的问题,利润空间越来越小,寻找产业发展增长点是行业必须面临的挑战。”

今天,中国品牌的综合实力已经大幅提升,在研发能力、产品质量、制造水平方面都达到了全球一流水平,现在要做的就应该是技术战、价值战,而不应该是无序的价格战。”

众多品牌的参与进来以及规则的变化,改变了现有的品牌版图。传统品牌也不再局限于自身,开始锻造子品牌或者品牌重塑。过去彩电竞争是平面竞争,从渠道竞争到上游资源,现在到了立体化、跨维度的竞争模式。品牌之间的边界将会逐渐的消失。面对彩电红海激烈的竞争,传

统品牌与互联网品牌不再是相互独立与竞争的关系,品牌领域进化为你中有我,我中有你的大融合。

技术:众屏时代已经到来

在诸多品牌的竞争之下,彩电业在近年来也涌现出了很多、高端产品和技术,例如智能电视、曲面电视、超轻薄电视、高色域电视、激光电视、OLED电视等电视屏幕成为行业热点。中国彩电行业已经进入众屏时代。

随着中产阶级的兴起,中国消费者对电视产品的消费需求也不断升级,对产品功能提出了更高的要求。用户需求的多样化也造就了电视屏的功能众多和屏的种类众多,预计2016年智能电视的零售量将达3960万台,占比84%;UHD电视的零售量将达2046万台,占比43%;55+电视的零售量将达1374万台,占比29%;曲面电视零售量将达300万台,占比6%;超轻薄电视的零售量将达380万台,占比8%;高色域电视的零售量将达720万台,占比15%;OLED电视的零售量将达20万台,占比0.4%;激光

电视的零售量将达1万台,占比0.02%。电视无论从硬件配置、功能属性,还是屏幕技术都将呈现出百花齐放的状态。

“从产品和技术趋势看,2016年有望成为‘画质年’,在2016年的CES上,OLED、HDR、QD、8K、超薄、曲面、音响等技术成为主流。而2016年的内需市场,基本需求还是‘更大尺寸’。”中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋在会上总结道。

他认为,2016年全球经济环境不会有明显好转,欧洲、俄罗斯、中东的不稳定局势将会持续。国内供给侧改革、中国制造2025、互联网+等战略将会稳步推进,其积极影响更多是中长期的。2016年互联网的冲击范围会更大。虽然5—10年后,“显示无处不在”的世界十分美好,市场十分广阔,但企业仍然需要熬过寒冬。

由此看来,彩电企业要永远相信美好的事情即将发生,但一定要做好暂时不会发生的准备,努力在寒冬中求生存。



枣庄老字号

六十年风雨历程 铸就今日之荣誉

热烈祝贺

“抱犊牌”商标

荣获首批枣庄老字号

山东省枣庄市抱犊调味品有限责任公司是由一九五六年公私合营的枣庄市酿造厂改制成立的国有控股的有限责任公司

产品销售热线: 0632-3306016

家电延保服务猫腻多 一定要签明确期限

如今各大电商平台、家电卖场都推出了“延保服务”:消费者只要支付一笔额外的费用,一般是产品价格的5%至10%,就可让购买的家电产品保修期延长一段时间。然而购买更长的保修期限,是否等同产品的“三包期限”自动延长了呢?相关服务应该是生产厂家还是家电卖场来提供?

记者走访家电卖场发现,小到豆浆机、电饭煲,大到空调、电冰箱、洗衣机到电视机甚至电脑等家电商品标签边上都有一年延保、两年延保等价格标识。费用按照家电品类、产品售价、使用年限、延保时长而不同。

郑州的刘先生三年前网购的一台液晶电视,前不久坏了,已经过了厂家规定的“整机一年,主要配件三年”的质保期,好在他当时就多花五百多块钱买了三年“延保”服务,整机保修三年。

所谓“延保”,就是消费者支付额外费用,或者由商家赠送,让产品保修期相对延长一段时间。协议上明确写着,电视机购买价格为4800元,延保服务费510元,延保期是厂家整机保修一年结束之日生效,之后三年内电视机出了问题都要由延保公司负责维修。

延保公司客服人员建议,最好去联系一下负责保修的这个产品。因为刘先生的延保费用并没有提交到延保公司。按照客服的说法,当时刘先生直接将延保费一并付给了购物网站,网站并没有将这笔钱打给延保公司。

刘先生遭遇了延保公司和电商踢皮球。原来,当初购买电视机的电商如今已被其他电商收购,新的电商与延保公司并没有合作,因此查不到当时的延保费在哪里。

对此,北京岳成律师事务所律师岳

岫山提到,个别家电“延保服务”的确暗藏玄机,消费者要警惕遭遇文字游戏。消费者要清楚提供延保服务的究竟是哪一方。有厂家延保服务,有销售方延保,还有第三方的延保服务。岳岫山指出,这三者当中厂家延保服务是最靠谱的。商家在销售延保时是作为一个产品销售,有时说的很好,但有时具体提供服务和销售的承诺不相符;还有一种商家、消费者和第三方踢皮球,互相推诿的情况。

延保已成为消费纠纷热点,但并非所有产品都需要延保服务,消费者应酌情选择。

河南省工商局12315消费维权先锋队队长郑岩说,消费者在购买家电中常会遇到“延保”服务不能正常服务的情况,在修理维修服务中,“延保”服务情况复杂,都要依据个案处理。大品牌可能支付的时候直接购买延长保修期服务;有些在保修期内存在其他质量安全隐患或者问题的时候,厂家单方面做出的承诺,更换零部件维修之后再往后顺延。

作为近年来新兴的售后服务契约,“延保”服务并非延长“三包”,只是一种风险管理产品。说白了,就是给自己的家电买了个意外险。律师岳岫山说,如果选择“延保”服务,就要签订“延保”服务合同,明确“延保”期限、“延保”范围、故障责任界定、收费或是免费、违约责任等事项,此外要特别注意一些昂贵部件是否属于延保修理范围。

岳岫山指出,一般发生的时候都要经过一段时间,当时承诺做延保或提供延保服务的已经不存在了,或者不提供相关服务了。这就提醒消费者们在购买时要注意保留好凭证,包括选择好平台和商家、网站来服务。



艺海楼玉器 传播玉文化的殿堂

艺海楼为您讲解 看甄嬛传 品玉文化

虔诚的佛教徒雍正皇帝——翡翠佛念珠不离手 电视剧《甄嬛传》中,雍正皇帝始终把玩一串满色的翡翠佛珠,这串佛珠是缅甸进贡的天然翡翠,翠色鲜明,珠粒均匀,缀有黄色缨子。经九子夺嫡上位,残暴冷酷的雍正皇帝疑心甚重,喜怒不形于色,剧中他的情绪表达用手中的佛珠来传递。高兴时,双手掌心摩挲佛珠;思考问题时,把手背在身后捻佛珠;回忆时,慢慢地捻佛珠;生气时,快速地捻佛珠;把佛珠摔在地上,那是龙颜大怒。雍正毕生信奉佛教,常以出家人自居,是个不折不扣的佛教徒。国内最大的藏传佛教喇嘛庙——雍和宫,就是由雍正原来的府邸改建而

成。念珠是佛教徒为了去除欲望烦恼,安心定神所用,称为“拴马索”,隐喻人心如狂奔野马,杂念纷飞,刹那不停,手持念珠以遏制妄念。所以修行者都配有念珠作为必备法物。

不输美貌只输痴情的华妃——美容秘器“翡翠玉轮” 华妃深谙女为悦己者容的道理。她经常使用一枚美容玉轮按摩,此玉轮是哥哥年羹尧大将军所赠。年羹尧当时权倾朝野,手握重兵,所用物品均为世间珍奇宝物,赠予华妃的翡翠玉轮更是价值不菲。

甄嬛:鸳鸯瓦冷霜华重,翡翠衾寒谁与共 怀着“只求一心人,白首不分离”梦想的甄嬛,自嫁入深宫就卷入一场无休止的女人之战。甄嬛受宠封为莞嫔(正六品)后,出席温仪公主周岁宴席时的装扮,她第一次佩挂了翡翠朝珠,这是符合她当时的身份的。

剧中的翡翠精品为数不少:温太医第一次向甄嬛表白时拿出来的家传玉壶、沈眉庄的冰底飘花翡翠手镯、华妃的满色翡翠耳环、甄嬛送给安陵容的芙蓉种翡翠手镯、准格尔可汗送上的九连玉环、皇上看中甄嬛的妹妹玉娆时,送给她的纯元皇后遗物鸳鸯玉佩等等。

艺海楼玉器专营店总经理 李强元

免费鉴定地址:
枣庄市青檀北路102号
免费鉴定电话: 3222288