彩电市场已成红海 苹果仍要杀进来？

随着苹果发布会的临近，“犹抱琵琶半遮面”的苹果电视谍照也于近日曝光，这犹如给日趋平静的彩电市场投下了一块巨石。有关专家认为，从曝光的苹果电视来看，其主要定位高端，在短时间内将很难撼动目前的国内彩电市场格局，但未来可能对蓬勃发展的互联网电视产生冲击。

即将面世

本周，美国网上意外曝光了一组苹果电视的实验室照片，第一次揭开了苹果电视的真实面貌：简洁超薄，金属后盖，OLED屏幕，很“苹果风”。业界纷纷猜测，经过多年酝酿，今年9月的苹果新品发布会上，苹果电视要面世了。

其实，从发布消息准备要研发苹果电视至今已经过了十年的时间，但苹果电视至今仍未与广大用户见面。产业观察家洪仕斌认为，对于苹果而言，拿出完美的工业设计并不是难题，电视机领域现在最大问题在于如何制定市场战略，目前来看，苹果在电视内容产业链缺乏足够的话语权，如果仅仅是提供硬件，而无法提供内容、软硬一体的服务，苹果不会贸然进军电视产业。

早在2007年，苹果公司就推出一款高清电视机顶盒产品——Apple TV，用户可以通过Apple TV在线收看电视节目，也可以通过Airplay功能，将iPad、iPhone、iPod和PC中的照片、视频和音乐传输到电视上进行播放。业内认为，Apple TV盒子是苹果进军电视的“探路者”，苹果推出电视硬件产品只是时间问题。

红海市场

选择这样的时间点进军电视市场，业内不少人表示并不看好，因为电视市场早已成为红海。

作为家庭娱乐中心的电视机，近两年来无论是产品竞争力还是市场表现，都有些吃力。从统计数据以及产品迭代的频率来看，彩电业已经处于一个非常危险的边缘，而从去年到今年以来频繁进入公众视野的OLED、量子点甚至人工智能等技术，对于彩电业的改造也并非一帆风顺。

中怡康时代全渠道数据显示，2017年一季度彩电市场零售量规模1153万台，同比下降12.5%。而到二季度，情况更糟糕。“五一”彩电零售量规模450万台，同比下降17.4%。今年1-6月，仅2月、6月线上市场出现小幅度上涨，其他月份全部同比去年有所下降。

尽管销量下滑，但各品牌的排名基本上保持了应有的队形。中怡康数据显示，一季度零售量排名前十的彩电品牌分别是海信、创维、TCL、长虹、夏普、康佳、海尔、三星、索尼和PPTV。“这其中绝大多数都是传统的家电老品牌，已经形成根深蒂固的行业地位，用户很难被撬走，新加入者很难分得一杯羹。”洪仕斌说。

融合网CEO吴纯勇表示，从现有的全球智能电视行业发展格局和趋势来看，如果苹果公司在苹果电视层面依然保持与苹果手机相类似的高价位策略，除非苹果电视这个产品和业态能够形成全新的产业链和发展模式，否则苹果电视的高价位策略会“水土不服”，毕竟电视机这个终端业态近几年在面对移动互联网和移动终端竞争过程中，已经失去了原有的行业地位。

艾瑞咨询分析师则认为，移动互联网正逐步改变着人们的生活，电视的观看形式对于现在的很多用户来说已经显得过时。同时电视资源不丰富、播放方式不灵活、操作不方便等，导致大多数用户选择将电视当作摆设。根据艾瑞咨询的调查，目前已经有超过一半的受访者表示，电视已经不再是自己家中首选的娱乐方式。

最后机遇

不过，虽然传统的电视市场已经基本定格，但并不是没有“空子”可钻。

从2013年到现在，互联网智能电视市场成为众多企业的目标，一面是不断亏损的互联网电视先行者，一面是高歌猛进的新入局者。2015年，创维孵化互联网新品牌酷开电视，微鲸在黎瑞刚光环加持下进场；暴风科技进场后今年又发布了首款VR电视，而去年8月，互联网电视又添新玩家芒果TV。加上海信、康佳、TCL在内的六家传统电视机厂商，中国的智能电视市场搅局者从未间断。清晰度从4K到8K，屏幕从平面到曲面，这些互联网智能电视的“野蛮人”欲与“土著电视品牌”一决高下。

然而，现在智能电视的卖点大同小异，电视本身的技术壁垒是很低的，不管是处理器还是电视外观，每家的技术门槛都不具竞争力，对于用户来说，选择谁的硬件要看谁的内容更有吸引力，内容不仅是硬件同质化困境的破局者，也是培育用户黏性的关键要素，另一方面，用户操作体验也是重要一环，而这两个关键点就是苹果的突破口。

对于苹果来说，Apple TV已经打好一部分基础。数据显示，2016年6月，苹果公布Apple TV已累计6000多个应用，最新开发的iPhone可以控制Apple TV，代替遥控器，而且加入了Siri元素，将改变与电视的互动方式，通过Siri可以按照主题对内容进行搜索。Apple TV的影音库有超过65万部的资源。

此外，近日，据专利网站Patently Apple曝光的消息称，苹果于2013年提交的一份关于手势控制的专利获批，这份专利详细描述了一种可以让用户通过手势控制Mac、iOS设备，甚至是电视产品的方法。

洪仕斌认为，苹果手机最大的卖点是在交互上，苹果电视必然也会有这方面的钻研，包括应用程序的优化和独立开发，从而确保智能程序的使用率，提升用户与产品间的互动，还有苹果旗下产品间的传输与互通，从而提升内部资源的分享。

随着OLED屏幕、无线传输等技术的成熟，苹果电视已经迎来了最好的机遇，而这几乎也是最后的机遇，转眼就会被其他家电企业抢占先机。而在手机和电脑表现趋于平淡后，电视正是对苹果最有整合力、最有扩展空间的产品线。**（据北京商报）**

资讯

格力的幕后英雄

本报讯（记者高晓丽）8月23日上午河北省首家格力电器客户服务中心升级揭牌仪式在石家庄成功举行，此次的客户服务中心升级也预示着格力在服务上的一次重大提升。

石家庄新力电器维修站成立于1999年，也是河北省最早的维修中心。此次石家庄市新力电器维修站升级成为石家庄市格力空调专业的安装维修一体的售后服务中心，大大推动了格力的服务，使其又上了一个新台阶。格力在市场上品牌价值、品牌形象、品牌销量一直处于行业领先水平，那么品牌服务也必须要达到行业领先水平。这次维修中心的升级，会让格力的服务更进一步，让所有格力的用户都能享受到更优质的服务。

在新的年度中，石家庄市格力电器客户服务中心的核心工作就是提升售后服务水平，将服务评价权交给用户，全面提升用户体验。

面板价格已下滑 彩电整机降价大约在冬季

受面板成本上涨影响，部分彩电企业的上半年业绩出现下滑。

多位彩电行业分析师向记者指出，虽然电视面板价格已经出现下滑趋势，但是面板价格下降反映到整机价格上，最少需要一个季度的时间。各厂商应该调整产品结构，往中高端、高利润的方向调整。

上半年彩电产量下降

尽管产能饱和与业绩低迷是近年来彩电市场的常态，但彩电行业在2017年的境况尤为严峻。工信部公布的《2017年上半年电子信息制造业运行情况》显示，今年上半年彩色电视机的累计产量为7423万台，同比下降6.4%。而液晶电视机的累计产量为6962万台，同比下降了8.5%。

8月下旬，彩电企业集中发布了2017年上半年业绩情况。从数据来看，部分彩电巨头上半年业绩下滑。对此，厂商在财报中均提到，“原材料价格大幅上涨，致使毛利率有所下降”。

据了解，从2016年4月开始，液晶面板价格就开始持续上涨，持续到2017年5月，可谓是面板历史上最长的一次涨价过程。截至2017年6月，面板同期涨幅平均在40%左右，而整机的同期涨幅不到20%，彩电整机企业的成本压力倍增。

中国电子视像行业协会与奥维云网(AVC)联合发布的《2017中国彩电市场半年度总结报告》显示，2017年上半年国内彩电零售量规模为2181万台，同比下降7.3%。

面板价格已开始下滑

据了解，伴随着面板涨价，各大面板厂商开始积极扩产，国内10.5代投资热潮高涨。近年来，包括京东方、华星光电以及鸿海集团等公司陆续投资兴建10.5/11代LCD生产线。此外，LG Display (LGD)也计划投资10.5代AMOLED或LCD产线，生产超大尺寸OLED或LCD面板。

在各大面板厂商扩产的背景下，2017年6月，大尺寸面板的价格已经开始出现下跌。根据集邦咨询光电研究中心(WitsView)最新面板报价，继电视面板价格在6月开始出现全面松动后，8月份价格出现了更剧烈的跌幅。

8月下旬的面板最新报价显示，55英寸电视面板最高价为209美元/片，最低价为200美元/片，均价为206美元/片，单片价格与上期相比下滑了4美元;43英寸电视面板均价为135美元/片，单片价格与上期相比下滑了4美元;32英寸电视面板均价为70美元/片，单片价格与上期相比下滑了1美元。

集邦咨询分析师邱宇彬告诉记者，“电视面板价格虽然已经出现下滑趋势，但是面板价格下降反映到整机价格上最少需要2到3个月的时间。今年全球市场的液晶电视出货量预估向下调整，较去年同比出货减少500万~600万台。”**（每日经济新闻）**