

互联网电视引领本土彩电业新征途

2010 年 3 月 3 日 清科创投分析师 骆璿

2010 年 1 月 13 日，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，明确提出加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合。2010 年 1 月 14 日，广电总局新闻发言人朱虹表示要加强新媒体建设，重点发展网络广播电视盒移动多媒体广播电视。

2009 年 3 月 31 日，TCL 宣布将推出真正的“互联网电视”，并于同年 11 月 10 日宣布停产 40 英寸以上非网络电视；长虹在一个月以后也表示将全面停产 32 英寸以上非网络平板电视；康佳则高调宣布，2010 年的互联网电视出货量要达到 350 万台，占平板电视类的 50% 以上。

中国彩电行业缺乏核心技术、上下游议价能力较差、竞争激烈，被多数人认定为没有希望、没有明天的夕阳产业，彩电企业在近 10 年的时间里都举步维艰。

但是，2009 年，就在金融风暴席卷全球，很多行业陷入危机之时，彩电行业、特别是中国彩电行业似乎找到了一条新的发展之路。随着“三网融合”政策的出台，国产彩电企业拥有自己核心技术的产品-互联网电视-成了所有人热议的话题，可以预言，一旦三网融合成功，互联网电视及其相关产业的发展，必将是一场轰轰烈烈的产业变革。

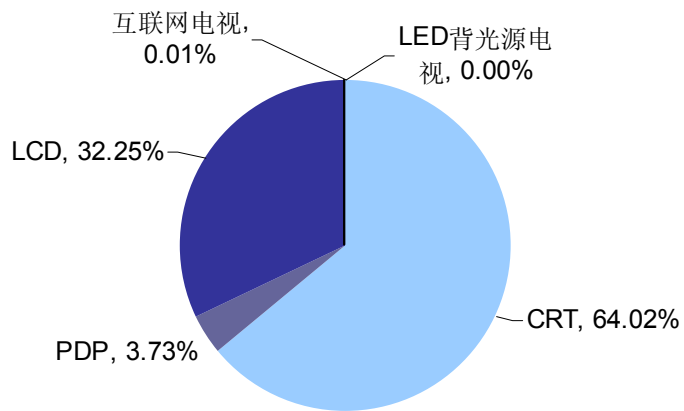
一、 彩电行业发展持续向好

2009 年，由于政策的大力推动，彩电行业有了长足的发展，这一年更被很多业内人士称之为“彩电行业元年”。

1、 彩电市场产品结构正在发生变化。

2008 年至 2009 年，不同类型的彩电产品市场占有率发生了天翻地覆的变化。2008 年市场销售量以 CRT 彩电为主，占据了 64.02% 的市场份额，LCD 彩电次之，仅有 32.25% 的市场份额，互联网电视的市场占有率接近于 0；到了 2009 年 LCD 电视异军突起，强势占领 60.77% 的市场份额，瓜分了 CRT 电视接近半壁的江山，互联网电视发展速度也较快，占据了 2.12% 的市场份额。

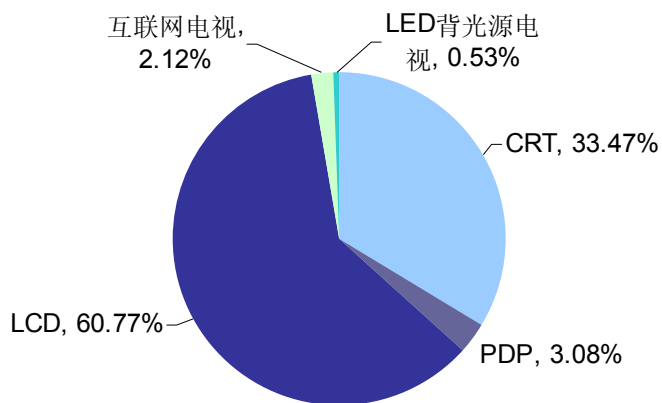
2008年各类型产品市场占有率



来源：奥维咨询

www.zero2ipo.com.cn

2009年各类型产品市场占有率



来源：奥维咨询

www.zero2ipo.com.cn

2、政策利好持续推动行业发展

中央财政补贴 20 亿元用于“以旧换新”政策，与“家电下乡”政策对应，刺激城镇家电的更新换代市场，刺激彩电行业从 CRT 彩电到平板电视的消费升级，而以旧换新政策对彩电行业的积极推动效果最为明显。而三网融合政策的出台更是对未来彩电行业的发展指明了方向。

a) 家电下乡:

政策实施日期	实施范围	产品限价(元)	补贴标准
2007.12.1	山东、河南、四川	2000	按销售价格的13%补贴
2008.12.1	14个省(自治区、直辖市、计划单列市)	2000	按销售价格的13%补贴
2009.2.1	全国农村人口	2000	按销售价格的13%补贴
2009.5.14	全国农村人口	3500	按销售价格的13%补贴
2010.1.1	全国农村人口+国有农场、林场职工	7000	3500元(含)以下,按销售价格的13%补贴 3500-7000元,每台按455元定额补贴

资料来源:清科创投

www.zero2ipo.com.cn

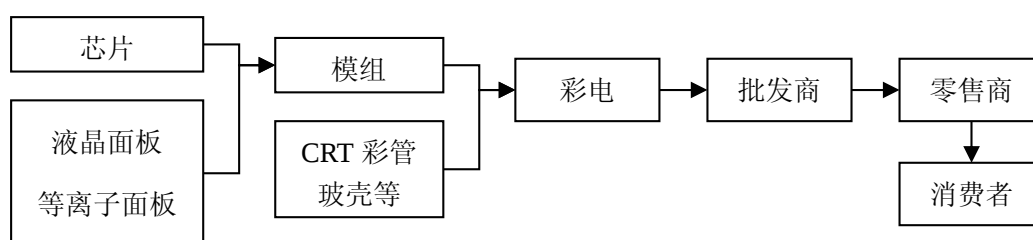
b) 以旧换新:

政策实施日期	2009.6.1
政策内容	北京、天津、上海、江苏、浙江、山东、广东、福州和长沙等9省市开展电视机、电冰箱(含冰柜)、洗衣机、空调、电脑等5类家电产品“以旧换新”试点。按新家电销售价格的10%给予补贴,补贴上限为:电视机400元/台,冰箱(含冰柜)300元/台,洗衣机250元/台,空调350元/台,电脑400元/台
受益行业	彩电>洗衣机>冰箱>空调
相关数据	中央财政安排20亿元资金用于家电“以旧换新”补贴,按照10%的补贴比例,预计可拉动200亿元更新换代需求。

资料来源:中信证券研究部

www.zero2ipo.com.cn

产业链:



c). 三网融合

国务院总理温家宝 2010 年 1 月 13 日主持召开国务院常务会议, 决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合。实现三网互联互通、资源共享, 为用户提供话音、数据和广播电视等多种服务。充分利用三网融合有利条件, 创新产业形态, 推动移动多媒体广播电视、手机电视、数字电视宽带上网等业务的应用。对三网融合涉及的产品开发、网络建设、业务应用及在农村地区的推广, 给予金融、财政、税收等支持。本来在中国, 有线电视网属于广电部门的网络, 互联网属于电信部门的网络, 两个网络没有实现互连互通的情况下, 对于互联网电视的发展存在一定的阻碍, 但三网融合的政策出台, 对于互联网电视的发展起到了非

常大的助推作用，一旦三网融合成功，互联网电视的发展必然势不可挡。

二、彩电产品酝酿新格局：

1. **CRT 彩电：**产品处于衰退期，产业内竞争不激烈。从 2009 年开始销量快速下降，有退出行业的趋势。
2. **PDP 彩电：**即等离子电视，2009 年以前，与 LCD 彩电呈现出针锋相对的态势，双方均力争挤垮对手，占据未来行业发展的霸主地位。但 2009 年销售情况证明，PDP 彩电难以成为行业未来发展趋势，反而经过几年的维系，基本处于出局的状态，目前只有长虹和松下有少量产品在行业内苦苦支撑。
3. **LCD 彩电：**即液晶显示屏电视，当前主流产品。2009 年初，业内普遍认为当年 LCD 彩电和 CRT 彩电市场份额将呈现分庭抗礼的局面。然而实际上，LCD 彩电销售量占据了当年 70% 的市场份额，生产和销售同比 2008 年都实现了大幅上升。行业对 LCD 彩电发展的预计不足，造成上游面板供应紧缺，彩电厂商对上游议价能力差。又由于 LCD 产品价格偏贵，因此即使上游价格上升，彩电厂商也不会大幅调整终端价格，对下游议价能力也有限。LCD 彩电产品在销量大幅放大的同时却处于尴尬的两难境地。
4. **LED 彩电：**LED 背光源液晶电视，未来发展趋势之一。目前市场上的 LED 电视和 LCD 电视用的都是 LCD 屏，技术上没有实质变化和突破，二者属于同类产品。但由于背光源的变化，使得 LED 可以做的更轻薄，更时尚。
5. **互联网电视：**也叫网络电视，未来发展趋势之一。互联网电视是涵盖 LCD、LED 以及未来可能被用作终端的所有电视，只是内容方面做出了创新，拥有了特殊功能和内容的 LCD、LED 等电视。2009 年电视行业创新产品，是一种通过宽带以太网传输数字信号，利用宽带有线电视网，集互联网、多媒体、通信等技术于一体，向家庭用户提供包括数字电视在内的多种交互式服务的崭新技术。随着互联网的广泛普及，人们越来越偏爱互联网的开放性平台，网民的年轻化程度是 18 岁-35 岁，年轻的电视受众正在被分流。互联网电视就是颠覆了传统电视机职能，增加用户的选择权，从内容的被动接受到能够主动选择的产品。在 2009 年初正式推出后，月销售量从每月 1 万台左右上升到 2009 年底月销售量 10 万台左右。

长期以来，国产电视品牌在外资品牌的围攻下节节失利，不仅一、二级城市丢失阵地，就连三、四级城市的传统国有产品优势市场也在被外资品牌不断蚕食。中国彩电行业如何破局，国产品牌如何实现可持续发展一直是近年来行业重点关注的话题。业内普遍认为未来国内彩电业的发展方向有两个：一是 LED 背光源液晶电视，二是互联网电视。

目前市场上销售的主流产品 LCD 彩电和未来发展趋势之一 LED 彩电的核心技术，都没有掌握在国产彩电企业手中，这就造成了国产彩电企业利润薄、上下游议价能力不强、没有技术差异性，始终落后于外资彩电企业，处于被动参与的尴尬境地。

互联网电视就大不相同，其关键在于播放内容上的变革，且目前国产互联网彩电的芯片技术已经掌握在国内企业手中，而广电总局对互联网电视的内容平台有着严格的把控，目前没有发布外资准入的许可，因此国产彩电企业在互联网电视的生产和销售布局上领跑于外资。所以，可以判断，互联网电视必将成为未来国内彩电企业胜出的支柱。

三、互联网电视将成为下一代主流产品

互联网电视是以宽带网络为载体，以视音频多媒体为形式，以互动个性化为特性，为所有宽带终端用户提供全方位有偿服务的业务。但到目前为止，互联网电视提供的服务仍然免费。互联网电视生产企业正着力打造内容提供平台，力图为用户提供完善的服务，包括在线欣赏高清电影、电影下载、完备的资讯系统、互联网上网功能等。

随着全球互联网用户的不断增加、互联网用户年龄年轻化，人们更倾向于更加开放和自由的互联网平台，而不是封闭网络的电视系统。传统的电视对于人们来说，是电视运营商所控制的大众传播媒体，和观众没有互动，电视运营商播出什么内容，观众就必须接受。而现在的观众越来越希望拥有自主选择权，而不仅仅是被动的内容接受者，偏好自主性越来越强的产品。互联网电视的诞生正是顺应了人们对参与意识和自主性的强烈需求。

2009年3月31日，TCL率先提出已经掌握互联网电视的核心技术并研发成功，很快就推出真正的“互联网电视”；2009年底，国内一线彩电品牌在发展互联网电视方面同时发力，纷纷表示互联网功能将成为未来平板电视的标准配置。TCL和长虹分别宣布全面停产大屏幕非互联网电视，康佳、创维等企业纷纷加大互联网电视的推广力度。目前基本国产彩电的龙头企业都有推出拥有一部分互联网电视功能的产品，TCL的MiTV，更是拥有在线升级功能，不受现有产品功能的限制，未来推出的功能都能通过在线升级直接加载到用户已经购买的互联网电视上。而为解决内容资源匮乏的问题，国内部分知名彩电企业正筹划联手打造互联网电视内容平台，势必为用户提供丰富的影视内容、资讯内容和娱乐内容。

品牌	优点	缺点
TCL miTV	具有影视下载、在线欣赏、体感游戏、网络卡拉OK等全方位的互联网功能，能在线升级，功能随着升级不断增加	价格偏高，内容不够丰富
创维酷开	以在家K歌功能为主，加入了语音自动识别点歌功能	功能较少，购买后在未来不能升级
海信蓝媒	轻薄、触摸式按键	产品不能升级
长虹乐教	以在线教育为主，拥有3G无线网络配置	产品不能升级
海尔模卡	上网查看资讯、下载电影资源	需要陆续购买特定的模卡才能使用不同功能

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16671

