

China: Bis zu 200 Prozent bessere TV-Verkäufe während der Nationalfeiertage

Für viele Chinesen war der Nationalfeiertag am 1. Oktober offensichtlich Anlass, einen neuen Fernseher zu kaufen. Während der Feierlichkeiten zum Gründungstag der Volksrepublik hat sich der TV-Absatz gegenüber 2009 um bis zu 200 Prozent verbessert, berichtet die Digitimes. Auf der Basis von Verkaufszahlen der ersten drei Tage der freien Zeit will Suning Appliance, die größte IT- und Unterhaltungselektronikkette des Landes, diese Prozentsätze ermittelt haben.



LCD-TV: Der Einstieg kostet wenig mehr als 200 Euro. (Bild: Changhong)

Außerdem könnte der Anteil von LED-beleuchteten Fernsehern nach Wert im genannten Zeitraum zwischen 50 und 65 Prozent liegen, was auf die geradezu aggressive Absatzförderung zurückzuführen sei. Einzelheiten zur derzeitigen Preisgestaltung verlauten aus den Handelskanälen: Ein Einstiegsgerät mit 32 Zoll Bilddiagonale ist auf 1.960 Yuan (rund 212 Euro) gefallen. In Bezug auf die Stückzahlen stehen jedoch Modelle mit 40 oder mehr Zoll im Mittelpunkt: Sie werden voraussichtlich einen Anteil von mehr als 60 Prozent an allen verkauften Geräten haben. Selbst wenn es sich um LED-beleuchtete Fernseher dieser Größenordnung handelt, ist der Preis durchschnittlich schon auf weniger als 5.000 Yuan (540 Euro) gefallen.

Um mit den ausländischen Marken Anbietern wie Samsung Electronics, Sony und LG Electronics mithalten zu können, nehmen inländische Anbieter teils drastische Preissenkungen vor: Während die Konkurrenz aus dem Ausland abhängig vom jeweiligen Produkt den Preis um 200 bis 3.000 Yuan gesenkt hat, bieten die einheimischen Akteure bis zu 40 Prozent Rabatt an.

Laut Suning wird Chinas TV-Markt in der Zukunft hauptsächlich aus Mittelklasse-Produkten bestehen. Bezogen auf Produktkategorien wie Einsteiger-, Mittelklasse- und Premiumsegment geht die bisher pyramidenförmige Struktur des Markts mehr und mehr in die Form eines Rugby-Balls über. Die drei Kategorien, so die Prognose, werden in einem 3:4:3-Verhältnis zueinanderstehen. Ausgelöst wird die Veränderung der Marktstruktur sowohl durch Verbilligung als auch durch eine stärkere Durchdringung der Mittelklasse mit LED-TVs. Hinzu kommt der

Einfluss der Regierung in form von Richtlinien, wonach energiesparende Produkte die herkömmlichen CCFL-beleuchteten TVs ersetzen sollen.