

# Chinesisches Neujahr: 64 Prozent Absatzanteil für einheimische TV-Anbieter

Chinas LCD-TV-Anbieter konnten sich während der Zeit des chinesischen Neujahrsfests gegen die großen Global Player behaupten: Während die einheimischen Unternehmen mit 64 Prozent am Gesamtabsatz beteiligt waren, fiel der Anteil der internationalen Konkurrenz auf 36 Prozent, berichtet die Digitimes. Hauptgrund für das gute Abschneiden: Gefördert durch ein staatliches Subventionsprogramm, begann sich die Bevölkerung auf dem Land für Flachbildgeräte zu interessieren.



Begünstigt durch das Förderprogramm für ländliche Gebiete konnten einheimische Anbieter wie Changhong internationalen Wettbewerber abhängen. (Bild/Logo: Changhong)

Damit hatten einheimische TV-Anbieter auf Bezirks- und Gemeindeebene die Nase vorn. Insgesamt stiegen die Absatzzahlen in den ländlichen Gebieten um 32 Prozent. Auch LED-Fernseher trugen zum Erfolg bei. Besonders gut verkauften sich Modelle mit 26 und 32 Zoll. Schließlich lockten die Chinesen ihre Landsleute über den Preis: Ein CCFL-beleuchteter LCD-Fernseher mit 32 Zoll wurde auf 2.000 Renminbi (etwa 220 Euro) gesenkt, während internationale Anbieter für ein ähnliches Modell 3.249 Renminbi (circa 360 Euro) verlangten.

Die Gesamtzahl der in der Feiertagszeit verkauften Fernseher belief sich auf 3,19 Millionen Stück, stellte das chinesische Marktforschungsunternehmen All View Consulting (AVC) fest, und konstatierte einen Zuwachs von 17 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der LCD-TV-Anteil legte um 28 Prozent zu und belief sich auf 2,75 Millionen Apparate. Die Plasma-Kategorie erlebte ebenfalls einen Boom und landete nach einem 30-prozentigen Plus im Vergleich zu 2009 bei 180.000 Einheiten.

Anders als zum Tag der Arbeit im Mai oder während des Nationalfeiertags im Oktober, wo Modelle mit großen Bildschirmen den Markt dominieren, waren kleine und mittelgroße Fernseher die Stars des Neujahrsfests 2011. Laut AVC hatten 56 Prozent aller verkauften Geräte Bilddiagonalen von 37 Zoll oder weniger. Das Absatzplus in China soll sich positiv auf den Panelabsatz der taiwanischen Hersteller, insbesondere AU Optronics (AUO) und Chimei Innolux (CMI), auswirken. Prognosen gehen davon aus, dass die TV-Preise in China zwischen März und April die Talsohle verlassen werden, weil der Tag der Arbeit im Mai neuen Bedarf schafft.