

# 'แอลจี-พานา-โซนี่-ซัมซุง'นัดควอล'สมาร์ททีวี'รับโซเซียลเน็ตเวิร์กฮอต

เครื่องใช้ไฟฟ้าเปลี่ยนเกม เปิดศึกทีวีรอบใหม่ “แอลจี-พานา-โซนี่-ซัมซุง” นำร่องบุกตลาด “สมาร์ททีวี” หลังพบตลาดยังไม่พร้อมรับทีวี 3 มิติ เดินหน้าเร่งครีเอทีฟด้วยพีเจอาร์บวกราคาสุดคุ้ม หวังขยายฐานจับกลุ่ม ทาร์เก็ตคนรุ่นใหม่ รับกระแสโซเซียลเน็ตเวิร์ก-รีเฟลชเมนต์ ตลาดใหม่โอกาสการขยายมหาศาล ชิงส่วนแบ่ง 3 หมื่นล้าน



## สมาร์ททีวี

ตลอดช่วงปีที่ผ่านมามีความเหมือนว่าทีวีแต่ละค่ายจะพุ่งเป้าวางสินค้าเพื่อโซวอิมเมจและสร้างยอดขายไปที่ทีวี 3 มิติ แต่กระแสตอบรับจากตลาดอาจยังไม่ร้อนแรงมากนัก อาจด้วยข้อจำกัดเรื่องราคาที่สูง รวมถึงระบบถ่ายทอดสัญญาณทีวีเมืองไทยที่ยังไม่พร้อม การปลุกตีฆาตจากนี้ไป แต่ละค่ายจึงเปลี่ยนสูตร ย้ายไปชูจุดขายนวัตกรรมควบคู่กับราคาที่คุ้มค่าเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้ในวงกว้าง ด้วย “สมาร์ททีวี” เพื่อสอดรับกับกระแสความแรงของโซเซียลเน็ตเวิร์กอย่างเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์

ผู้สื่อข่าวรายงานความเคลื่อนไหวล่าสุดว่า ขณะนี้เครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ทั้งแอลจี-พานาโซนิค-โซนี่-ซัมซุงต่างส่งสินค้าเปิดตัวทีวีรอบใหม่ ด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับโทรทัศน์ เหมือนกับที่สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตพีซีมีแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้ตลาดเลือกใช้ สอดรับกับเทรนด์ทั่วโลกที่ประเมินว่า 21% ของยอดขายทีวีทั่วโลกจะรวม 210 ล้านเครื่องในปีนี้เป็นรุ่นที่สามารถเชื่อม

ต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตและคาดว่าสัดส่วนจะขึ้นเป็น 50% ภายในปี 2557

นายโทรู ชิมีชิ กรรมการผู้จัดการบริษัท โซนี่ไทย จำกัด ชี้ว่า นอกจากกองทัพสินค้า 3 มิติที่ครบวงจรในรูปแบบ “โซนี่ 3 ดี เวิลด์” แล้วนั้น อินเทอร์เน็ตทีวีจะเป็นหัวใจหลักในการเข้ามาสร้างยอดขายของโซนี่และสร้างความแตกต่างจากตลาดด้วยการ “ครีเอทีฟมันด์” อินเทอร์เน็ตทีวี เปิดตัวตลาดสู่กลุ่มลูกค้าแมสและกว่า 80% ของทีวีรุ่นใหม่ที่ลอนซ์เข้าตลาดในปีนี้เป็นอินเทอร์เน็ตทีวีครบไลน์อัพตั้งแต่ขนาด 32-65 นิ้ว ในราคาเริ่มต้น 16,990 บาท เป็นการนำร่องราคาเพื่อเปิดตลาดแมส

โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบโซเชียลเน็ตเวิร์ก ซึ่งช่องว่างราคาประมาณ 3,000 บาท สำหรับทีวีที่เป็นอินเทอร์เน็ตและรุ่นจอธรรมดาจะเป็นการเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจของลูกค้า ทั้งนี้ โซนี่จะมีคอนเทนต์ใหม่ ๆ จากพันธมิตรเข้ามาเพิ่มเรื่อย ๆ เพื่อสอดรับกับไลฟ์สไตล์ใหม่ ๆ ของลูกค้าที่สามารถเชื่อมการใช้งานผ่านเว็บไซต์ ยอดฮิตอย่าง ยูทูป, Skype, Facebook และ Twitter ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นอีก

“โซนี่เชื่อว่านี่คือโฉมใหม่ของทีวีของวันพรุ่งนี้อย่างแท้จริง และการเติบโตของโซนี่ต้องอยู่ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและการรักษาแบรนด์ลยัลตี้เอาไว้ การเปิดตัวสินค้าด้วยนวัตกรรมใหม่และการครีเอทีฟมันด์เปิดตัวตลาดใหม่กับลูกค้าด้วยสินค้าที่แตกต่างจึงกลายเป็นนิยามของคำว่าผู้นำตลาดสำหรับโซนี่”

สอดคล้องกับมุมมองนายรัชตะ สุทธาพัฒน์ธานนท์ ผู้จัดการอาวุโสธุรกิจภาพและเสียง บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ชี้เทรนด์ตลาดทีวีหลังจากนี้ว่า สัดส่วนจอบางแอลซีดี แอลอีดี และพลาสมาทีวีจะเข้าไปกินตลาดแพลตฟอร์มต่อเนื่องจากปัจจุบันแพลตฟอร์มทีวีมีส่วนแบ่งเพียง 15% จากมูลค่าตลาดรวมทีวี 3 หมื่นล้านบาท นอกจากนี้กระแสความนิยมแล้วนั้น ราคาของกลุ่มจอบางที่ลดลงเฉลี่ย 20% ต่อปียังเป็นตัวเร่งขยายตลาด

และเพื่อเป็นการต่อยอดความเป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่ง 40% ในทุกประเภททีวี ซัมซุงต่อยอดด้วยการส่ง “ซัมซุง สมาร์ททีวี” ที่นับเป็นเจนเนอเรชั่นใหม่ของทีวีที่สามารถทำได้มากกว่าการรับชมภาพและเสียง แต่ยังเชื่อมต่อไปสู่โลกออนไลน์ด้วยจุดขาย Smart 3D, Smart Hub และ Smart Design ปัจจุบันสถิติการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านทางสมาร์ททีวีทั่วโลกมากกว่า 2 ล้านครั้ง ซัมซุงเตรียมจับมือกับพันธมิตรธุรกิจหลายค่ายเพื่อพัฒนาคอนเทนต์ร่วมกัน ปีนี้ซัมซุงตั้งเป้ายอดขายสมาร์ททีวีในเมืองไทย 200,00 เครื่อง

ด้านนายจันทชาย พันธุ์พิง ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ บริษัท แอลจี อิเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า แอลจีเป็นรายแรก ๆ ที่เปิดตัวตลาดสมาร์ททีวีในเมืองไทยอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดได้ลอนซ์สมาร์ททีวีรุ่น LV3730 ในราคาที่ถูกคนสามารถเป็นเจ้าของได้ เริ่มที่ 19,990 บาท ในขนาด 32 นิ้ว ที่สำคัญการทำงานเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์อย่างง่ายด้วยคอนเทนต์ภาษาไทย ควบคู่กับเอ็กซ์คลูซีฟคอนเทนต์ จากพันธมิตรทางธุรกิจ และเพื่อต่อยอดภาพผู้นำสมาร์ททีวี แอลจีได้เปิดตัวภาพยนตร์ซีรีส์ ออนไลน์ในรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ 3 มิติ มีการตอบรับจากลูกค้ากว่า 1.2 แสนคนภายใน 3 สัปดาห์

เช่นเดียวกับนายอิโรทากะ มูราดามิ

# ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij

Circulation: 120,000

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 18 - พุธ 20 เมษายน 2554

ปีที่: - ฉบับที่: 4306

หน้า: 1 (บนขวา), 4

Col.Inch: 70.86

Ad Value: 85,032

PRValue (x3): 255,096

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'แอลจี-พานา-โซนี่-ซัมซุง'นัดรวมหัวสมอง'สมาร์ททีวี'รับโซเซียล...

ซีอีโกลุ่มบริษัทพานาโซนิค ประเทศไทย กล่าวว่า บริษัทจะเปิดตัวตลาดด้วยจอขนาด 37 นิ้ว ถึง 65 นิ้ว เป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน ด้วยจุดแข็งของคุณภาพ นวัตกรรมและแบรนด์สินค้า ที่ได้รับความนิยมเชื่อถือ โดยเฉพาะตลาดรีเฟลชเมนต์จากแพลตฟอร์มที่วิสุจน์บางแอลซีดี แอลอีดี และพลาสมาทีวี ซึ่งกลายเป็นโอกาสการขยายมหาศาล ซึ่งสมาร์ททีวีจะกลายเป็นพีเจอาร์มาตรฐานสำหรับการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้าแมสผ่านการใช้งานง่ายด้วยฟังก์ชัน "เวียร์่า ลิงก์" และป็นี่พานาโซนิควางสินค้าครบทุกไลน์อีกกว่า 20 รุ่น เพื่อเป็นทางเลือกในราคาที่สามารถแข่งขันได้เริ่ม 12,990 บาท ในสมาร์ททีวีขนาด 32 นิ้ว ซึ่งตั้งเป้าส่วนแบ่งตลาด 215,500 เครื่อง