

THỊ TRƯỜNG LCD VIỆT NAM TĂNG TRƯỞNG MẠNH

Theo kết quả khảo sát thị trường tivi năm 2006 của GfK, mức tăng trưởng máy thu hình truyền thống kém trong khi thị phần tivi cao cấp vượt bậc. Plasma năm ngoái tiêu thụ được 5.000 chiếc thì năm nay vọt lên khoảng 30.000. Còn tivi LCD dự kiến có thể bán được khoảng 10.000 chiếc trong năm nay.

Kết quả khảo sát của Công ty nghiên cứu thị trường GfK Việt Nam cũng cho thấy, LCD của Công ty Samsung đang dẫn đầu về số lượng bán ra với bình quân 34% thị phần, tính trong 10 tháng đầu năm. Cùng thời điểm này, vị trí thứ hai cho lượng hàng tiêu thụ thuộc về nhà sản xuất Sony với 28% thị phần. Xếp thứ ba là tivi màn hình tinh thể lỏng nhãn hiệu của LG, 19% thị phần. Các mảng thị trường còn lại lần lượt chia sẻ cho những nhãn hiệu LCD của Toshiba, Panasonic, Sharp, JVC, BenQ...

Ngày càng nhiều gia đình muốn thay chiếc tivi đèn hình ở nhà bằng màn hình LCD. Ảnh: P.A.

Riêng tháng 11, lượng LCD bán ra của Samsung chiếm 41% thị phần. Nếu xét về doanh số bán hàng thì Samsung vẫn dẫn đầu trong các nhãn hiệu. Sony đang bám theo sát nút với cách biệt 0,4% doanh thu.

Dự kiến trong năm tới, thị trường LCD cũng sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh. Giá tivi màn hình tinh thể lỏng này có thể giảm nhiều so với hiện nay, một phần nhờ việc cắt giảm thuế nhập khẩu theo cam kết WTO, nhưng chủ yếu là do cạnh tranh giữa các nhà sản xuất. Hiện các công ty điện tử chạy đua để đầu tư phát triển dòng sản phẩm LCD tại Việt Nam.

Hồi tháng 8, GfK cũng đưa ra dự báo thị trường tivi nói chung năm tới có thể tiêu thụ hơn 2 triệu chiếc, mang lại doanh số 374 triệu USD. Tuy nhiên cuối năm nay, Trưởng đại diện GfK Việt Nam Trần Khoa Văn nói lại rằng, hiện rất khó dự đoán thị trường điện tử cho năm 2007 bằng những con số cụ thể vì những động thái phức tạp sau khi Việt Nam hội nhập WTO.

