

# 乐华电视： 以创新实现高速发展的彩电品牌

■本报记者 文剑

2013年5月28日是广州数码乐华科技有限公司(下称乐华)成立十周年的日子。

十年来,乐华电视从无到有,从小到大;从默默无闻到具有独特品牌个性和主张,乐华人通过不懈努力走出了一条属于自己的品牌创新之路。早在成立之初,乐华电视就面临中国市场竞争激烈的环境,但乐华人凭着一股不服输的劲头,通过对产品的不断创新,对市场营销策略的潜心研究,一次次以刷新行业纪录的业绩表现,在中国电视市场实现“逆风飞扬”。

过去十年来,中国彩电业经历了从CRT到平板、从功能机到智能机的两次产业转型。消费者对产品的需求、国内外市场环境都发生巨大变化。而这些变化对彩电企业的产品、渠道提出了更高的要求。在此背景下,乐华电视实现了快速发展壮大,我们不禁要问,乐华电视如何赢得消费者的青睐?如何在众多彩电品牌中脱颖而出?如何在激烈的市场竞争中迎来高速发展的黄金时期?

## 创新的运营模式 构筑稳步增长快车道

回顾乐华十年的发展,创新是乐华电视获得快速成长的核心要素,而乐华对运营模式的创新则堪称中国彩电行业的经典。

“乐华获得巨大的成功并非偶然,在以市场为导向的发展策略中,乐华走出了一套属于自己的独特发展模式。”行业专家表示,先进有效的业务模式是乐华成功的重要因素。

“聚焦市场,创新产品,低成本、高效率”是对乐华业务模式的最好概括。乐华通过将各个环节化繁为简,将最具性价比的产品以最直接的方式送到消费者手中。乐华电视通过对营运模式的创新,极大地降低了产品成本,使乐华的产品充满了性价比的优势,成就了乐华在消费者心中最具性价比电视品牌形象。

近年来,随着彩电行业竞争的白热化以及日趋复杂的市场环境,彩电销售的渠道也在发生着巨大变化,老的不适合市场的渠道模式必将被淘汰。如何根据市场的变化改进现有的渠道模式,如何对渠道模式进行创新关系到企业的生存与否。乐华电视通过精准的市场定位,投入巨大的资源,提升渠道效率和增值服务功能,顺应市场需求,最大限度的支持经销商的业务发展和市场竞争力,走出了一条适合乐华高速发展的特有渠道模式。

十年来,乐华电视产品已涵盖CRT、背投、液晶等各个领域;拥有20余家销售分公司,近千名销售精英,超过20000家合作伙伴,建立起了覆盖全国的庞大营销网络。十年来,乐华电视获得国家和省市各项表彰荣誉100多项,其中“中国彩电市场最具成长性品牌”、“彩电行业”“中国消费者十大满意品牌”、“国家免检产品”



►广州数码乐华科技有限公司办公大楼



◀乐华电视差异的产品定位获得了消费者的认可

等荣誉无一不在证明,乐华电视已经踏上一轮强势增长的新轨道,势不可挡。

## 差异的产品定位 成就跨越式发展永动机

产品创新是乐华电视获得高速增长的内因之一,特别是在互联网浪潮冲击之下,打造满足个性化消费需求的差异化产品,已经成为中外彩电巨头博弈的“关键点”。

十年来,乐华电视先后斩获“中国液晶电视最佳音效奖”、“中国平板电视节能之星TOP5”、“消费者最信赖电视品牌”等称号,多款产品获得年度畅销产品奖。成立仅仅三年,当时乐华电视便以过硬的技术和产品质量通过国家质量监督总局的各项检验,取得“国家免检产品”称号,并成为中国政府采购的指定产品供应商。

这一系列荣誉的背后,正是无数乐华人坚持不懈地付出,潜心研究彩电市场消费趋势、创新产品应用和功能,得到的肯定和认可。

长期以来,乐华坚持走实用消费之道,站在消费者的角度,充分考虑消费者的核心诉求。从触摸电视到首款极具特点的电视雷霆系列电视的推出;到创新性的OKTV系列电视推出,到“快乐”品牌理念的确立,乐华产品创新获得了市场的广泛认可和接受。

对此,中国电子视像行业协会副会长郝亚斌对于乐华的定位和理念给予高度评价:“从乐华OKTV及快乐产品战略的推出可以看到,乐华从一个曾经的产业追随者,正在转变成为一个有独特见解和产品主张的领跑企业。”

在此基础上,2013年乐华又有针对性地推出了OKTVS、OKTV2.0、HITV、有爱TV等四款差异化产品。以鲜明的特点,将电视功能化繁为简,为消费者带来最直接的娱乐体验。

乐华电视对产品的持续投入,也获得了巨大的市场回报。最新市场监测数据显示,乐华电视在中国市场的销量已挤进前十强,正式比肩中外一线品牌。而今年1至5月份,乐华电视更以超过行业增幅平均水平两倍的速度,继续保持着“高

速增长”。

## 整合集团资源 打通市场领涨任督二脉

“乐华电视,是TCL集团实施双品牌战略的重要组成部分。我期望,乐华电视在经销商朋友的支持下,在我们全体员工共同努力下,构建新的产业竞争力,稳固乐华在中国市场的地位。为今后企业更大的发展奠定坚实的基础。乐华是一个年轻的企业,但我期待它像雄鹰一样飞得更高,飞得更远。”TCL集团董事长李东生对乐华的成长寄予厚望。

乐华电视在诞生之初,就被赋予构建产业竞争力的特殊使命。而在TCL的大力支持下,乐华很好地沿承了TCL的创新精神并创造了一个个行业奇迹。

众所周知,在中国彩电企业中,TCL是业内上下游产业链最完整的彩电企业。上至华星光电8.5代线;中到构建产业联盟、引入腾讯、欢网、奥鹏教育、酷盘、央视3D频道等内容战略合作伙伴;下到战略携手各大连锁巨头,构建高效的产品销售渠道,TCL已搭建起了业界最系统、最强的产业链,在产业链上下游和内容、服务端已具绝对优势。

TCL集团还建立了中国彩电业最完善的研发机构,早在2003年便与英特尔成立3C联合实验室,2005年正式成立工业研究院,研究院为科研人员提供世界一流的科研环境,国际化的交流平台,最前沿的市场需求和最广泛的应用前景。

这一切集团化的资源和产业协同平台,无疑让乐华电视从一开始参与市场竞争,就拥有了“站在巨人的肩膀上跳舞”领先优势。

近年来,随着中国彩电业步入智能化普及时代,乐华电视还借助集团的创新服务模式和服务体系,制定了从专业化、快捷化、网络化等多维度进行品质服务升级计划,开创一个完全适应智能云时代的彩电服务新体系。

随着现在交通运输的不断发展,乐华电视还依托集团在中国率先建立了海陆空一体化的物流体系,最大限度的保障了现代物流的高要求。最终,也让乐华电视在研发、生产、物流和服务平台方面获得了来自集团的完善资

源和产业链,完成了自身核心竞争力的建设。

## 独辟蹊径树品牌 提振产业影响力

在市场营销、产品布局、售后服务等方面获得高速发展的同时,乐华也一直在推动“品牌”软实力的建设,并借力品牌打响了中国彩电业新一轮的品牌博弈战。

2008年,乐华正式邀请广告明星许晓力作为品牌形象代言人;之后又成功赞助2009、2011WTA广州国际女子网球公开赛,成为官方唯一指定的液晶电视赞助商。

通过一系列独辟蹊径的品牌运作,乐华电视在成立不到5年的时间,成功成为中国CRT市场占有率第一品牌。2010年,乐华通过冠名由农业部和国家旅游局举办的“乐华电视2010绿色天使旅游小姐全国选拔大赛”,开创了乐华品牌新高度。

自2012年开始,乐华电视与中央电视台达成战略合作,成为央视CCTV7《乡约》节目的电视产品唯一赞助商。与央视的合作,使乐华的品牌知名度再一次获得全面提升。

2012年,作为乐华品牌的发展是具有重要意义的一年。乐华电视正式启动“快乐”战略。同时,乐华电视一举推出了OKTV等系列产品,多款符合国家一级能效的绿色节能新品,在产品布局和技术应用上与国内企业处在了同一起跑线上。而将快乐作为产品创新的终极目标和企业的品牌理念,在中国彩电行业中绝无仅有。

从南国羊城崛起的乐华电视,正是通过“快乐”战略和独到的产业视角,触碰着世界的神经。郝亚斌也认为,“乐华电视坚持基于差异化产品塑造品牌,正在成为一个对产品有独特见解和主张的,聪明和快乐的创新者。”

自成立以来,乐华的这一系列的运作作为企业赢得了市场,并建立起乐华电视良好的口碑和广泛的知名度。“乐华电视在短短几年的时间里,迅速通过一系列的品牌运作,成为业内不可忽视的一支新生力量,其未来发展潜力不可估量。”中国商业协会营销委员会执行会长洪仕斌,如此评价乐华的品牌运作。

链接



## 乐华成长史



2003年,广州数码乐华科技有限公司在广州经济技术开发区注册成立,由TCL控股(BVI)有限公司与南方科学城发展股份有限公司共同投资兴办。广州数码乐华的主营业务是:研制、开发、生产、销售乐华系列彩电,并提供相关技术咨询及其产品售后服务。

自成立以来,乐华电视在TCL集团原多媒体电子产业研发、采购、制造、物流和服务强大平台之上,从彩电业务入手塑造乐华品牌的市场地位和影响力,并实现了彩电产业的迅猛成长。

秉承“更多快乐、更爱生活”的品牌主张,“以供应商、客户和消费者为核心,倡导产业链共赢”的发展理念,“创一流品牌,走实用消费之道,做中国消费电子行业最具竞争力的品牌”的经营宗旨,乐华电视正朝着“成为具有竞争力的、高效率的、可持续发展的、受人尊敬的消费类电子品牌”战略目标快速迈进。

自公司成立以来,公司累计实现销量1500万台,20余家分公司遍布全国,销售精英团队近1000人;开发客户近30000个,实现累计销售额近200亿元;先后被权威机构评为“2004中国彩电市场最具成长性品牌”、“中国消费者十大满意品牌”称号、“中国CRT彩电市场用户满意首选品牌”称号、国家免检产品、“广东省诚信示范企业”称号等100多项荣誉称号。

放眼未来,数码乐华将成为一家以彩电业务为主,横跨多门类、多行业的大型现代化高科技企业。“乐华”品牌将成为广州电子行业和数码科技产业第一品牌、并跻身全国电子和数码科技行业前列。

## 乐华品牌荣誉

2004年,乐华电视销量突破100万台,销售商突破2000个,获得TCL集团管理创新奖;被国内权威市场研究机构中怡康评为“2004中国彩电市场最具成长性品牌”;

2005年,乐华电视被人民日报社市场信息中心评为“中国消费者十大满意品牌”称号;

2006年,乐华电视被人民日报社市场信息中心评为“中国CRT彩电市场用户满意首选品牌”称号;

2007年,乐华电视通过国家质量监督总局的各项检验,再次取得“国家免检产品”称号,并成为政府采购指定供应商;

2008年,乐华电视正式启动农村市场液晶电视普及风暴活动,领跑行业变革;并邀请“广告明星”许晓力作为品牌形象代言人;

2009年,乐华电视成为2009WTA广州国际女子网球公开赛官方唯一指定的液晶电视赞助商;同年12月,在行业相关调研机构的国内CRT电视月度销售统计数据中,乐华以15万台的销量勇夺当月全国第一;

2010年1月,乐华电视荣获由中国管理科学研究院,全国高科技产业品牌推进委员会等颁发的第七届中国市场品牌用户满意度调查“中国液晶电视最佳音效奖”;

2010年,乐华电视唯一冠名由农业部和国家旅游局举办的“乐华电视2010绿色天使旅游小姐全国选拔大赛”,开创乐华品牌新高度;

2011年,乐华电视成功签约“乐华电视2010绿色天使旅游小姐全国选拔大赛”冠军;2011年9月,乐华成为2011WTA广州国际女子网球公开赛官方唯一指定的液晶电视赞助商;

2011年10月,乐华系列电视荣获“售后服务用户最满意奖”、“最畅销产品奖”、“消费者最信赖电视品牌”等荣誉;

2012年,乐华电视成为首批入选国家节能惠民工程的彩电品牌;

2012年,乐华系列电视荣获由工信部颁发的“中国平板电视节能之星TOP5”、多款产品获得“中国平板电视十大精品”等奖项;

2012年,乐华电视与中央电视台达成战略合作,成为央视CCTV7《乡约》节目的电视产品唯一赞助商,乐华品牌知名度再一次获得全面提升;

2012年,乐华OKTV电视获得中国电子商会“2012年度最佳创新功能奖”和“2012年度消费者最喜爱电视奖”,7月,乐华LED55C910DJ电视产品获得“节能之星TOP5”等荣誉;

2012年12月,荣获中国电视品牌年度成功大奖;

2013年,乐华企业荣获“2012年度广东省诚信示范企业”称号。

趋势解读



## 智能时代,乐华电视迎来发展新机遇

■本报记者 文剑

自智能云电视于2011年8月推出至今,中国彩电产业正在逐步释放新一轮的发展潜力。

权威市场监测数据显示,智能电视在平板电视中金额渗透率在2012年12月已达到35%,而智能云电视作为智能电视的高级形态与未来发展方向,所占到的份额也越来越大。随着显示技术的日趋成熟,高清和3D电视已基本成为彩电市场另一发展趋势。

“下一步乐华电视将继续围绕‘创新’做文章,以顾客为导向,坚持

做最具性价比的产品,走差异化产品路线。”

记者在采访中获悉,面对复杂的彩电市场,乐华继续以消费者为导向,坚持走差异化路线,做最具性价比的电视产品,将高性价比覆盖到智能、超高清、3D等全产品系列。

“彩电市场竞争激烈,长远来看拼的是眼光、胆识,说穿了就是看谁能抓住消费者真正想要的东西,做好看好用的产品。”广州数码乐华科技有限公司董事长杨斌向记者表示。

随着消费水平的提升,消费者对品质的要求越来越高,只有提供真正的好产品,才能赢得市场青睐。为保

证产品品质,乐华电视从创意到研发到生产,都经过严格的论证。每一台乐华电视的生产,要经过上百道产品制造工序,生产工艺远超国家标准。每一台乐华电视的性能,要经过数十种控制测试程序,反复测试,保证每一台出厂产品的高品质。

在做好品质的同时进一步提升服务保障。随着平板电视产品多元化发展,售后服务的创新改善成为消费者对于平板电视使用满意度与售后满意度的重要衡量指标,乐华电视通过全国布局,通过充分发挥惠州、成都、内蒙古、无锡等四大生产服务基地,建立最快速、最便捷的服务保障

体系。并已全面启动品质、服务双升级工程,在不断提升产品整体质量的同时,依托TCL万人服务团队,推出“服务工程师一体化解决方案”等重磅措施构建彩电服务新模式,制定了从专业化、快捷化、网络化等多维度进行品质服务升级计划,开创一个完全适应新时代的彩电服务体系。

面向未来,乐华电视将抓住每一个发展机遇,通过坚持产品创新、业务模式创新和服务创新等属于乐华电视的个性发展道路,以独特的发展路径实现快速增长。乐华电视这个聪明的“快乐”创新者,正在以“快乐”为核心诉求全面征战中国市场。

**荣誉证书**

2011年度  
最畅销电视产品

▲2011年度  
最畅销电视产品

▼2012—2013年度  
中国平板电视十大精品

**荣誉证书**

中国液晶电视  
最佳音效奖