**Tại Trung Quốc, Chi tiêu Quảng cáo dẫn người tiêu dùng đến TV Thông minh.**

*Chi phí quảng cáo truyền hình được kết nối trong nước sẽ tăng gấp 7 lần vào năm 2020*
Người tiêu dùng ở Trung Quốc đang áp dụng TV thông minh với tốc độ khá nhanh. Các dự báo từ nghiên cứu của iiMedia Research được công bố vào tháng 3 năm 2017 đã khiến doanh thu của các thiết bị này là 46,6 triệu trong năm nay và tăng lên tới 52,2 triệu vào năm 2018.

Các nhà sản xuất điện tử như Xiaomi đang làm việc để đáp ứng nhu cầu mới này. Vào tháng 7 năm 2017, công ty đã thu hút được sự chú ý khi tung ra một chiếc TV thông minh 32 inch với giá RMB 1,099 (tương đương 165 USD), model rẻ nhất cho đến nay.

Hiện tượng truyền hình thông minh là hiện tượng không bị mất đối với các nhà quảng cáo ở Trung Quốc. Theo ước tính mới của Tập đoàn tư vấn iResearch, chi phí quảng cáo truyền hình trong nước sẽ tăng mạnh trong vài năm tới, từ 1,65 tỷ RMB (252,9 triệu USD) năm nay xuống còn 12,83 tỷ RMB (1,93 tỷ USD) vào năm 2020.

(Tập đoàn tư vấn iResearch bao gồm quảng cáo phục vụ cả thông qua TV thông minh và hộp set-top, cung cấp nội dung trên OTT như Hộp Mi Box của Xiaomi và Tmall Box của Alibaba trong hợp đồng của mình.)



Chi tiêu Quảng cáo Truyền hình Kết nối ở Trung Quốc, 2014-2020 (hàng triệu nhân dân tệ Nhân dân tệ Nhân dân tệ và% thay đổi)

Theo Tập đoàn Tư vấn iResearch, chi tiêu quảng cáo trên TV liên quan chiếm ưu thế bởi một số ngành công nghiệp. Công ty này nhận thấy rằng ngành thực phẩm và nước giải khát chiếm 28,3% chi tiêu quảng cáo truyền hình ở Trung Quốc trong tháng 1 đến tháng 7 năm 2017. Dịch vụ trực tuyến chiếm 23,8%, trong khi đó mỹ phẩm và các sản phẩm làm đẹp chiếm 17,5%.

Những đồng Đô la quảng cáo gia tăng là sự phản ánh video theo yêu cầu đang phát triển của Trung Quốc (VOD). Mặc dù các nền tảng video kỹ thuật số ở Trung Quốc từng bị thống trị bởi nội dung vi phạm bản quyền và do người dùng tạo ra, các dịch vụ như Youku Tudou của Alibaba và iQiyi của Baidu trong những năm gần đây đã ký kết hợp đồng cấp phép với hãng phim để thu thập nội dung.

Nền tảng cung cấp nội dung mong muốn một cách hợp pháp và ở một mức giá hợp lý dường như đã đánh trúng vào tâm lý của khán giả xem Trung Quốc. Kết quả là, số lượng thuê bao dịch vụ VOD trong nước đã có một sự gia tăng đáng kể. JPMorgan Chase & Co. ước tính rằng số lượng người xem VOD đăng ký ở Trung Quốc sẽ tăng từ 144,0 triệu trong năm nay lên 234,3 triệu vào năm 2020.

Tuy nhiên, những lợi ích đó có thể đến với chi phí của truyền hình cáp truyền thống; JPMorgan dự đoán số thuê bao truyền hình cáp ở Trung Quốc sẽ giảm từ 252 triệu trong năm nay xuống còn 248 triệu vào năm 2020.

Nguyễn Thị Tuyên Ngôn – Khoa QTKD

Nguồn: Rahul Chadha

<https://www.emarketer.com/Article/China-Ad-Spending-Follows-Consumers-Smart-TVs/1016535>