

# SELL

AUDIO/VIDEO

## Haier M96

Nová definice domáčího kina a herní dominance



# VELKÁ TRANSFORMACE TRHU TELEVIZORŮ

KRIZE DODAVATELSKÝCH ŘETĚZCŮ A TLAK ČÍNSKÝCH FIREM MĚNÍ ZAŽITÉ POŘÁDKY



Josef Pos

### INTERVIEW VSTUP ZNAČKY HAIER DO SEGMENTU TELEVIZORŮ

„Je to strategický maraton. Přicházíme s pokorou“

### TECHNOLOGICKÁ REVOLUCE TELEVIZORŮ

Extrémní jas, pád starých architektur a tvrdý konkurenční boj

### VELKÉ NÁVRATY

Vinyl, kabely i trocha staromilského designu





# Působivý zvuk i design s novým **AKAI AeroBeat Pillar**

Inovativní audiosystém, který kombinuje čistý vzhled s moderními technologiemi a silným zvukem. Takový je aktivní sloupový reproduktor AKAI AeroBeat Pillar, který přináší výkon 60 W RMS a širokou škálu možností přehrávání.



- Všestrannost:** Bluetooth 5.0, USB, FM rádio i integrovaný CD přehrávač  
**Silný zvuk:** Výkon 60 W RMS díky kvalitní sestavě měničů s hutnými basy  
**Chytré funkce:** Plocha pro 10 W bezdrátové nabíjení smartphonu a 2,8" TFT displej

Nabídněte zákazníkům elegantní řešení pro moderní domácnost!

Japonská značka Akai založená v roce 1929 má svou DNA pevně spjatou s inovacemi audia a profesionální hudební produkcí. Novou éru její spotřební elektroniky dnes rozvíjí evropský distributor. Ten od roku 2008 expanduje Evropou a v roce 2018 přinesl široké portfolio i do ČR.



Výrobky v distribuci společnosti BVZ Commerce můžete pro své obchody nakupovat přímo na jejím B2B portálu: <https://shop.bvz.cz/customer/registration-company/>

# VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

kráčíme naprosto, zcela a radikálně proti proudu. Zatímco printová média umírají pomalou a bolestivou smrtí už celé roky, my jsme si dovolili připravit tematický speciál o trhu spotřební elektroniky a vydat ho nejen v digitální podobě, ale také v podobě tištěné. A jak už jste u SELLu zvyklí, na kvalitním papíře, kde každá fotka skutečně září! Naše drobná mediální rebelie má ale svůj dobrý důvod – do firem je doručováno stále menší množství časopisů, a navíc je spousta z nás unavená z konzumace obsahu pouze prostřednictvím displejů. Přestože digitální verze časopisu je v dlouhodobém pozvolném růstu, jsme si vědomi, že spousta z vás oceňuje i to, že magazín nadále tiskneme. A proto jsme nešetřili ani v případě této první vlašťovky v rámci sektoru spotřebního elektrika.

Nepokrytě pak přiznávám, že k vydání tohoto speciálu mám i své osobní důvody. Pokud se aktuálně řeší nostalgické návraty vinyly, kompaktních disků či kabelových sluchátek, já se při ohlédnutí za svou letos již 24letou kariérou technického novináře také v myšlenkách často vracím ke svým začátkům. A ty se netočily okolo topinkovačů, mixérů a lednic. Už na konci svého gymnaziálního putování jsem začal pracovat jako externista pro tehdy se teprve formující a rozjíždějící web Technet.cz. Velmi rychle jsem také navázal spolupráci s tištěnými časopisy o počítačích, hrách a elektrice. Možnost testovat nejnovější MP3 přehrávače, kamery, ale i recenzovat DVD a posléze také Blu-ray disky pro časopisy jako PC World, Stereo & Video či Video domácí kino byl splněný sen náctiletého nadšence do nejnovějších technologií. Když jsem se pak stal na rok dokonce šéfredaktorem Videu domácího kina, posléze přejmenovaného na Audio video, měl jsem ve svých 25 letech v té době pocit, že jsem na absolutním vrcholu. Vždyť mi celé roky firmy domů posílaly nejnovější televize, přehrávače, ale také audiofilskou techniku včetně nekompromisních reproduktorů. A teď jsem navíc mohl určovat směřování časopisu, který jsem ještě před pár lety jen pasivně četl během vyučování pod lavicí. Pro někoho, kdo celou pubertu hltal stránky magazínů o elektrice, to bylo skutečně až pohádkově krásné období.

A podobně krásná pro mě byla také příprava tohoto speciálu. Zda vydáme ještě nějaký další, záleží samozřejmě na odezvě z trhu. Pevně věřím, že se k tématu spotřební elektroniky touto či obdobnou formou minimálně jednou ročně vrátíme. A zde se sluší především poděkovat firmám, které vydání podpořily, a tedy v podstatě umožnily. Bez nich by to samozřejmě nešlo. Je to o to milejší, že speciál podpořily, aniž by věděly, co přesně připravíme. Jinak to ani u prvního vydání být nemůže. O to víc si cením jejich investice a zejména důvěry, kterou v naši práci mají. Takže díky!



**Lubor Jarkovský**  
šéfredaktor

6



# Obsah

## SPECIÁL – AUDIO/VIDEO

10



### 3 Editorial

**6 Josef Pos, obchodní ředitel Haier CZ/SK: Vstup značky Haier do segmentu televizorů je strategický maraton. Přistupujeme k této výzvě s pokorou**

### 8 Haier M96

Nová definice domácího kina a herní dominance

### 10 Technologická revoluce televizorů

Extrémní jas, pád starých architektur a tvrdý konkurenční boj

### 14 Nová řada RGB MiniLED televizorů od Hisense přináší inovativní technologii obrazovek

### 16 Krize dodavatelských řetězců a fundamentální změny. Trh televizorů prochází další velkou transformací

### 19 Spojení retro designu a moderních technologií: audiosystémy Roadstar

### 20 Nová generace Bose Lifestyle Collection

Modulární audio pro celou domácnost

### 21 Velké návraty – vinyl, kabely i trocha staromilského designu

16



21



VYDAVATEL • MAMURI HUNGARY KFT. • ZODPOVĚDNÝ VYDAVATEL  
 JEDNATEL SPOLEČNOSTI MAMURI HUNGARY KFT. • ŠÉFREDAKTOR  
 LUBOR JARKOVSKÝ • REDAKTOŘI • VLASTIMIL RŮŽIČKA • JINDŘICH LAUSCHMANN  
 • VIDEO • BOLESLAV SVOBODA • KOREKTOR • JAROSLAV TESAŘ • FOTO  
 ARCHIVY VÝROBCŮ • GRAFIKA • TAMÁS VIG • REDAKCE • VIŠŇOVÁ 12, PRAHA 4,  
 140 00 • TELEFON • +420 777 166 495 • EMAIL • INFO@REDEDITIONS.CZ  
 WEB • WWW.REDEDITIONS.CZ • DISTRIBUCE V ČR • SEND PŘEDPLATNÉ, S.R.O.  
 TISKÁRNA • PRE-PRESS & PRESS STUDIO, JAKUB KUBŮ, ČESKÁ REPUBLIKA • ISSN  
 ISSN 1786-6782 • EV 16/08



# Haier

OFFICIAL GLOBAL PARTNER

## HRAJTE SE SVĚTOVÝMI JEDNIČKAMI



Sledujte napínavé zápasy ve špičkové kvalitě obrazu a zvuku s televizory Haier nové generace.

[haier.cz](http://haier.cz)



## Josef Pos: Vstup značky Haier do segmentu televizorů je strategický maraton. Přistupujeme k této výzvě s pokorou

Společnost Haier, globální lídr v oblasti domácích spotřebičů, vstoupila loni na trh s televizory. O strategických důvodech tohoto kroku jsme hovořili s Josefem Posem, obchodním ředitelem českého a slovenského zastoupení. Rozhovor odkrývá nejen technologické pilíře nových modelových řad, ale také ambiciózní plány značky pro evropský region a proměnu vnitřní dynamiky firmy.

# Haier

**Proč padlo rozhodnutí o masivním vstupu do segmentu televizorů právě nyní? Jde o součást širšího s strategického plánu v rámci Evropy?**

Naše strategie je v tomto ohledu naprosto jednoznačná. Jsme globální lídr v domácích spotřebičích a chceme se jako značka ještě více etablovat u koncových zákazníků. Jakožto mimořádně silný výrobce MDA potřebujeme být jasně registrováni i v jiné produktové

kategorii. Když má zákazník doma naši ledničku, snáze si koupí i naši televizi. Pro dlouhodobé budování povědomí o značce je to logická cesta, jak oslovit mladší generaci. Chytré televize totiž mladí uživatelé vnímají jako interaktivní platformu pro sociální síť, gaming a hudbu. Tohle vám klasická bílá technika pochopitelně nikdy nenabídne. Televize zůstávají nadále poměrně emocionálním produktem – na rozdíl od

spotřebičů, kde je koupě převážně silně racionálním rozhodnutím. Naše centrála se proto rozhodla, že chce být úspěšně zastoupena i v televizích.

**Jak přesně do vaší platformy chytré domácnosti zapadají televizory a jaké konkrétní výhody to přináší spotřebiteli?**

Jde nám primárně o vybudování plně provázaného ekosystému, kde budete mít všechny své spotřebiče přehledně pohromadě. Propojování zařízení je nezastavitelným trendem, který následuje celý trh. Můžete se například dívat na televizi a přímo na velké obrazovce vám vyskočí drobná notifikace, že pračka právě doprala. Zákazník si to může pochopitelně v nastavení vypnout, ale z uživatelského hlediska je to nesmírně praktické. Stejně tak mě notifikace okamžitě upozorní na nedovřené dveře u ledničky.

Co se týče dalšího strategického vývoje, naše nastupující generace televizorů pro rok 2026 už bude mít podstatně hlubší propojení do našeho interního ekosystému. Tyto inovativní modely budou disponovat daleko větším podílem umělé inteligence a autonomií ve spolupráci s naší vyspělou aplikací hOn. Počítáme už s tím, že se do televizi plně integrují ovládací prvky z aplikace, takže přímo z televizní obrazovky půjde pohodlně ovládat celou chytrou domácnost.

**Jak máte v současnosti vyřešenou logistiku a distribuci pro tento segment? Plánujete pro zefektivnění procesů využít stávající evropské zázemí?**

Co se týče prodeje, distribuční řetězec máme odlišný než v případě MDA. Pracujeme napřímo pouze s těmi největšími hráči na trhu. Strategie je tedy postavena čistě a jasně na přímém prodeji vybraným partnerům. V oblasti skladování pak využíváme ty samé logistické areály jako pro bílou techniku, ale televizory tvoří striktně oddělenou sekci. Televize mají svá velmi přísná pravidla, musí se skladovat na paletách a zásadně nejezdí ve stejných distribučních autech se spotřebiči.

**S jakými konkrétními obchodními cíli jste do televizního segmentu v našem regionu vstupovali? Jaká je vaše dlouhodobá strategie ohledně cenové politiky?**

Televizní segment je naprosto odlišná byznysová disciplína než prodej velkých domácích spotřebičů. Je podstatně náchylnější na cenovou erozi a rok výroby je zde jedním z absolutně nejdůležitějších parametrů. Trh očekává, že pokud v novém roce prodáváte modely z toho loňského, musíte je vyprodávat a jít s cenou dolů. My jsme do tohoto vysoce konkurenčního prostředí vstupovali s tím, že globální ambice společnosti jsou v horizontu pěti let dosáhnout stabilního tržního podílu mezi 8% až 10% v rámci Evropy. Naše cíle pro Česko a Slovensko se pak přirozeně slučují s plány z naší centrály. Chceme toho dosáhnout především svojí vytrvalostí a masivními investicemi do značky, do potenciálu celé kategorie i do marketingu. Úspěch u televizí je z mého pohledu totiž primárně o špičkovém marketingu a silné značce, nikoliv prvoplánově o té nejnižší ceně na trhu.

### **V jakém cenovém segmentu se se svými televizory pohybujete?**

Jak je značka Haier na trhu usazená, je celkem jasné, že zkrátka nebudeme dodavatel těch nejlevnějších modelů na trhu. Soustředíme se na střední až vyšší střední cenový segment. Naší obchodní strategií rozhodně není přijít na trh jako predátor a hned agresivně urvat 15% za každou cenu. Považujeme se spíše za maratonce, a tak půjdeme nahoru postupně po procentech a nebudeme měnit strategii, jako se mění počasí. Naším cílem je spíše konkurenty cenově dorovnávat než trh nesmyslně devalvovat. Sdílime s centrálou také poznatky z našeho trhu, protože Česko patří mezi evropské lídry v online nakupování a v televizích to platí dvojnásob. Při našich interních diskusích často zdůrazňujeme, že náš e-commerce trh je zkrátka naprosto specifický. Aplikovat zde strategie fungující na jihu Evropy nebo na mnoha západních trzích zkrátka nejde.

### **Co je podle vás hlavním technologickým pilířem vaší současné modelové řady? Jakou roli zde hraje inovativní hardware a operační systém?**

Jsou to určitě MiniLED televize, na které se silně zaměřujeme. I když máme v prémiové nabídce také OLED modely, soustředíme se nyní primárně právě na rostoucí kategorii MiniLED. Druhým velkým a mimořádně důležitým pilířem je pokročilé ozvučení. Zde intenzivně

spolupracujeme s britskou společností KEF, což jsou vysoce uznávaní specialisté na špičkové audio. Přestože je tato značka dlouhodobě známá mezi „hifisty“, běžný zákazník s ní do styku nepřijde. Jsme ale toho názoru, že ve spolupráci se zdejšími KEF můžeme určitě povědomí o značce zvýšit a marketingově s ním pracovat. Ohlas z trhu je takový, že ozvučení našich televizorů je považováno za nadstandardní. Přitom právě zvuk bývá u televizí často jejich velkou slabinou.

### **Když odhlédneme od zobrazovacích technologií a zvuku, co dalšího zákazníci při výběru řeší?**

Odborníci a edukovaní spotřebitelé se pochopitelně zabývají spoustou parametrů, jako VRR, druhy HDR a podobně, ale masový zákazník řeší popravdě mnohem prozaičtější věci. Například to, jaký je typ stojanu u daného televizoru. Běžného spotřebitele totiž reálně zajímá, jestli se mu nová televize s obří úhlopříčkou vůbec vejde na jeho stávající skříňku – a v případě modelů s nožičkami po stranách to bývá problém. Naší zbraní tak je, že se zaměřujeme jedná na tyto aspekty a jednak, že mají naše televizory přímočarý krásný design s mimořádně tenkými rámečky a již zmíněnou centrální nohu, a to i u větších úhlopříček.

### **Jaký používají vaše televizory systém?**

Z pohledu softwarového vybavení disponujeme platformou Google TV. Z mého pohledu jde o jedno z nejlepších řešení na trhu díky absolutní otevřenosti tohoto systému. Do rozhraní Google TV si totiž uživatel jednoduše nainstaluje veškeré potřebné aplikace, včetně některých zcela okrajových, které ale mohou být v daném případě potřeba. To vám proprietární systémy jiných značek zkrátka většinou vůbec neumožní.

### **Plánujete prodej televizorů podpořit samostatnou marketingovou kampaní? Jaký zásadní vliv podle vás budou mít na trh umělá inteligence a recenze?**

V rámci marketingu děláme naplno oboje. Využíváme efektivní cross-selling u našich rozsáhlých outdoorových kampaní, kde na billboardech vidíte všechny naše produktové kategorie pěkně pohromadě a snažíme se je vizuálně propojovat. Samozřejmostí jsou online kampaně, které jsou zaměřené již specificky na seg-

ment televizí a rozdílné cílové skupiny. Máme ovšem i vysoce specifické kampaně úzce vázané na sportovní přenosy – ať už jde o slavné tenisové Roland Garros, globální turnaje ATP, nebo prémiové partnerství s elitními fotbalovými kluby, jako je Liverpool a Paris Saint-Germain. Na lokální úrovni potom s hokejovým klubem Sparta Praha.

### **Nejen při výběru televizoru se dnes lidé zajímají o zkušenosti dalších uživatelů. Jak s tímto fenoménem pracujete?**

Plně si uvědomujeme, že v dnešní době hrají zákaznické recenze velmi významnou roli. Běžný zákazník jde totiž nejdřív po značce, pak detailně zkoumá cenu a hned nato si čte uživatelské recenze. A chápeme i jednu naprosto klíčovou věc – AI platformy jako ChatGPT nebo Gemini tato data analyzují a používají v odpovědích na dotazy. Umělá inteligence detailně prohledává celý web, čte miliony recenzí z celého světa a agreguje informace z trhu. Když se dnes koncový zákazník zeptá AI na jasné doporučení nové televize, nevyhodí mu už jen obyčejný seznam odkazů, ale přesně mu vyfiltruje v jedné souvislé odpovědi to, co skutečně hledá. AI zkrátka vychází z této obrovské databáze zpětné vazby. Přesně proto musíme do sběru zákaznických referencí tolik investovat, abychom zanechali v digitálním prostoru velmi silnou stopu.

### **Jak se v souvislosti se vstupem do tohoto nového dynamického segmentu mění fungování uvnitř samotné společnosti?**

Celá ta interní dynamika uvnitř naší firmy se teď skutečně velmi zajímavě proměňuje. Postupy, které známe z kategorie spotřebičů, u televizorů nefungují. Jde se tu trochu opačně v tom, že kolegové z centrály od nás očekávají data a detailní informace o zdejšímu trhu.

Dostáváme tedy nemalý prostor, aby se naše lokální strategie skutečně šla na míru zdejšímu trhu. Navíc nebudu zastírat, že jdeme cestou, kdy se postupně učíme v segmentu televizorů takříkajíc chodit. Je to pro nás zcela nová činnost vyžadující odlišné postupy a strategii ve srovnání s domácími spotřebiči. Přináší to řadu výzev, které nejsou vždy jednoduché, ale zároveň nás posouvají na vyšší profesní úroveň. Jsem přesvědčený že naše obrovská vytrvalost a náš neortodoxní přístup přinesou nakonec zasloužené ovoce.

# Haier



Haier M96

## Nová definice domácího kina a herní dominance

Značka Haier je dlouhodobě etablována jako výrobce prémiových domácích spotřebičů a chytrých řešení pro moderní domácnost. Silnou pozici si vybudovala zejména v kategorii MDA, kde klade důraz na inovace, design, konektivitu a intuitivní ovládání, svou nabídku v předchozích letech doplnila také o malé kuchyňské spotřebiče. Nyní Haier rozšiřuje svůj ekosystém také do světa televizí a přináší novou generaci prémiové domácí zábavy. Vlajkovou lodí vstupující aktuálně na trh je řada M96 – televize stvořené pro ty nejnáročnější diváky a hráče, kteří nehledají kompromisy, ale chtějí si dopřát naprosto pohlcující zážitek. Ať už jde o filmový večer, napínavý sportovní přenos nebo hraní nejmodernějších her, M96 vás obklopí kvalitou, která mění pravidla hry.



### Obraz, který bere dech

Základem je precizní QD-Mini LED panel s 2160 stmívacími zónami a jasem až 2000 nitů. Díky 97% pokrytí barevného prostoru DCI-P3 uvidíte barvy tak živé, jako byste byli přímo v ději. O vše se stará mozek televize – platforma UltraSense AI vyvinutá ve spolupráci s MediaTekem. Její AI Picture Quality v reálném čase analyzuje každou scénu (AI Scene Detection) a pomocí AI Depth, AI HDR Pro a Color Boostu z obrazu vytáhne maximum. Navíc díky inteligentnímu upscalingu vdechne život i starším filmům v nižším rozlišení.

## Zvuk, který vás pohltí (Sound by KEF)

Tady zapomeňte na externí soundbary. Spojení s audio experty z KEF přináší zvuk, který zaplní celý obývací pokoj. Sestava 10 fyzických reproduktorů v konfiguraci 5.1.2 a výkonem 90 W RMS vytváří prostorový efekt, který vás obklopí ze všech stran. Díky AI Vocal Separation slyšíte každé slovo dialogu čistě a zřetelně, zatímco technologie Total Sonics a Dolby Atmos zajistí filmovou dynamiku. AI Volume Control navíc chytře srovnává hlasitost, takže vás už nikdy nelekne nečekaný hluk při přepínání aplikací.

## Herní výkon bez limitů

Haier M96 je postaven pro vítězství. Nativní 144Hz panel a Gaming Accelerator 240Hz DLG přináší takovou plynulost, že vaše reakce budou okamžité. S rozhraním HDMI 2.1, AMD FreeSync Premium a funkcemi ALLM/VRR zapomeňte na trhání obrazu. AI Gaming režim navíc automaticky rozpozná žánr hry a optimalizuje odezvu, abyste měli nad soupeři vždy navrch.

## Péče o vaše oči (AI Caring)

Sledování televize by mělo být čistou radostí. Díky technologii Smart Eye Care a senzoru okolního osvětlení televizor neustále přizpůsobuje jas tak, aby byl obraz vždy šetrný k vašemu zraku. S certifikací TÜV Low Blue Light navíc eliminujete únavu očí potlačením škodlivého modrého světla přímo u zdroje. Kvalitu obrazu pak korunuje Dolby Vision IQ společně s HDR10+ Adaptive, které dynamicky reagují na světelné podmínky v pokoji. vždy navrch.

## Design, který nevidíte, ale cítíte

S profilem pouhých 54 mm a Zero-Gap designem televize dokonale přilne ke zdi díky přibalenému držáku. M96 se řadí do úsporné energetické třídy C (i pro HDR obsah) a v balení najdete solární ovladač, který šetří přírodu i vás.



## Inteligentní domov pod kontrolou

Srdcem systému je brutální výkon 4 GB RAM a 64 GB interní paměti, který pohání platformu Google TV s naprostou lehkostí – vše reaguje bleskově a aplikace se otevírají dříve, než stačí mrknout. Bleskurychlá Wi-Fi 6 zajistí streamování v 4K bez jediného zaškobrtnutí. Televizi navíc nemusíte jen ovládat, můžete s ní i mluvit – díky integrovaným mikrofónům stačí říct „Hey Google“ a TV okamžitě poslechne, i když máte ovladač na druhém konci gauče.

*Prvním modelem této řady je varianta s úhlopříčkou 100" a modelové označení H100M96FUX.*



# Haier



*Prvním reálně na trh uvedeným televizorem typu RGB MiniLED byl loni na podzim model Hisense 116UXQ s rekordní úhlopříčkou 116 palců. Letos následují menší a cenově dostupnější varianty.*

## Technologická revoluce televizorů Extrémní jas, pád starých architektur a tvrdý konkurenční boj

Loňský a letošní technologický vývoj na poli televizorů konečně rozčeřil poněkud klidné vody. Po letech spíše postupných a drobných evolučních vylepšení se objevily v kategorii zobrazovacích technologií konečně významnější inovace. Na jedné straně je to hardwarový pokrok v samotných panelech a na druhé nezastavitelný nástup umělé inteligence, která dnes do určité míry definuje výkon koncových zařízení.

### Definitivní konec 8K iluzí

Veletrh spotřební elektroniky CES, který pravidelně navštěvujeme už více než deset let, potvrdil, že honba za pouhým marketingovým navyšováním pixelů je definitivně u konce. Výrobci konečně pochopili, že fyzikální limity lidského oka při běžných pozorovacích vzdálenostech i chronický nedostatek nativního obsahu činí z rozlišení 8K zcela zbytečnou záležitost. Honbu za 8K jsme už od chvíle, kdy se o tomto rozlišení začalo mluvit, vnímali jako marketingový tah, protože nativní obsah téměř neexistuje – obzvláště pokud jde o filmy a seriály. Vždyť u spousty titulů probíhá i nadále postprodukce ve 2K, takže ani 4K Blu-ray disky s těmito filmy a seriály neobsahují skutečný 4K obraz. Natož aby se řešilo 8K. Studia sice přecházejí na 4K i při postprodukčních pracích, případně používají takzvaný AI upscaling, kde nejde jen o pouhé roztažení/vyhlazení bodů, protože umělá inteligence obsah dopočítá, ale nic to nemění na faktu, že spotřebitelská poptávka po 8K je prakticky nulová.

### Nástup éry RGB Mini-LED

Vývojová centra světových značek televizorů v reakci na nezáměr o 8K přesunula svou pozornost k vylepšování skutečného vizuálního zážitku v reálných světelných podmínkách. Alfou a omegou se stává od loňska technologie RGB Mini-LED. Samsung ji nazývá Micro RGB – neplette si ji s MicroLED, což je současný asi nejvyspělejší a nejlepší zobrazovací systém, jenže je také extrémně drahý. Funguje podobně jako OLED s tím rozdílem, že samosvítící body v případě MicroLED nejsou organické, nýbrž anorganické. MicroLED tak nabízí delší životnost a mnohonásobně vyšší svítivost. Vratme se ale k RGB Mini-LED. Tato zobrazovací technologie vychází z LCD – ano, skutečně jde v základu o LCD, byť o takové „LCD na steroidech“, protože se chlubí:

- **Extrémním barevným rozsahem** – podsvícení generuje čisté RGB barvy bez nutnosti složité filtrace. Tyto televizory dosahují plného pokrytí barevného standardu BT.2020. Barvy jsou sytější a věrnější než u běžných QLED, což je také jen jeden z dalších evolučních stupňů LCD.

• **Vyšším kontrastem a jasem** – díky milionům drobných diod rozdělených do tisíců samostatně řízených zón dokáže televize efektivněji zhasínat podsvícení v tmavých místech a naopak zářit ve světlých scénách.

Dosud architektonicky vládly sofistikované systémy Mini LED spoléhající se primárně na bílé LED diody. U těchto displejů se světelný tok musel fyzicky prodírat přes vrstvu kvantových bodů a následně procházet přes barevné filtry. Z inženýrského pohledu to vždy nevyhnutelně znamenalo zbytečnou ztrátu světelného výkonu a určité nepřesnosti v reprodukcii barevných odstínů. Nová architektura RGB Mini-LED tento nadbytečný krok elegantně eliminuje. Samotné podsvícení tvoří přímo emitující mikroskopické červené, zelené a modré diody. Tyto panely přímo atakují OLED displeje v přesnosti podání inkoustové černé barvy, přičemž disponují zásadní výhodou mnohonásobně vyššího maximálního jasu zcela bez rizika degradace a vypalování pixelů. Na druhou stranu je nutné zdůraznit, že RGB Mini-LED stále nemůže nabídnout tak dokonalou černou jako OLED, případně již zmíněný velmi drahý MicroLED, který je považován za ultimátní technologii budoucnosti.



*Konkurenční boj zuří v nové kategorii RGB Mini-LED/Micro RGB od samého počátku. Na fotce cenově dostupná novinka Samsung RGB R85H prodávaná od úhlopříčky 55 palců a 28 990 Kč.*

#### **Cenově dostupné modely s RGB Mini-LED**

Zásadní zprávou není přitom ani tak příchod nového typu zobrazovacího panelu. Vždyť ódy na nákladný MicroLED čteme už celé roky a celé roky se setkáváme s velkoformátovými obrazovkami tohoto typu na veletrzích. Pro běžné smrtelníky zůstávají ovšem nedostupným snem – 86palcový model Samsungu stojí přes 2 miliony korun. RGB Mini-LED vypráví ovšem úplně jiný příběh. Pokud loni dorazily na trh první modely s úhlopříčkou přes 100 palců a stály „jen“ stovky tisíc korun, letošní rok už přináší RGB Mini-LED do úhlopříček od 55 palců. Tedy nejrozšířenější kategorie televizorů. Jako první ji u nás nabídl Hisense – a to prostřednictvím modelu 55UR8S s cenovkou 27 990 Kč. Konkurenční model RGB R85H od Samsungu je o tisícovku dražší. LG pak kontruje modelem 55MRGB86B6A v rámci nové řady Mini RGB evo AI, kde je u 55palcového modelu cena 29 990 Kč. A další velký hráč TCL u této technologie rovnou na 55 palců zanevřel – nabízí ji až od 65 palců, přičemž cena modelu 65RM7L je ale extrémně konkurenční – 29 990 Kč. V době vydání tohoto speciálu už by měla snad být i na trhu.

#### **Extrémní limity SQD-Mini LED a konec tónového mapování**

Zatímco RGB Mini-LED cílí na absolutní špičku při zachování cenové dostupnosti, vyšší střední třída je nyní plně opanována architekturou Mini LED. Čínské TCL odhalilo vlajkovou loď TCL X11L využívající hluboce inovovanou strukturu SQD-Mini LED s upgradem zeleného kvantového bodu pro čistší spektrum barev. Asi nejzajímavějším parametrem je její bezprecedentní světelný výkon. Televizor vyvine špičkový jas atakující 10 000 nitů, precizně distribuovaný sítí 20 000 nezávislých zón lokálního stmívání. Standardní LCD modely přitom oscilují v rozmezí 400 až 600 nitů a prémiové OLED panely končí na maximech kolem 4 500 nitů, což je však mimořádný posun, protože ještě před pár lety to bylo nějakých 1 500 nitů.

Schopnost vyvinout 10 000 nitů dovoluje panelu naprosto věrně replikovat přirozené odlesky poledního slunce na vodní hladině bez kompromisů. Vnitřní procesor vůbec poprvé v historii nemusí aplikovat takzvané tónové mapování, jež u slabších panelů uměle a nešetrně ořezává nejsvětlejší obrazová data, aby se zabránilo fyzickému propálení vizuální scény. Obrovský počet stmívacích zón je tedy hardwarovou nutností k zabránění nechtěného přetékání světla do inkoustové tmavých částí obrazu.



*Přestože řadíme technologii SQD-Mini LED do vyšší střední třídy zobrazovacích technologií, TCL v rámci této kategorie uvedla aktuálně na trh nadstandardně velké modely s úhlopříčkami 75, 85 a 98 palců. Ceny začínají na 109 990 Kč.*

#### **OLED sází na bezdrátovou modularitu a vysokou frekvenci**

OLED technologie na novou konkurenci odpovídá nevídanou modularitou a již zmíněným navýšením jasu až na 4 500 nitů, což byla donedávna u OLEDu nepředstavitelná hodnota. Pozornost na sebe strhla značka LG s konceptem LG OLED evo W6, jehož panel dosahuje tloušťky pouhých 9 milimetrů a instaluje se na zeď jako tenký obraz. Extrémního profilu inženýři dosáhli oddělením výpočetní jednotky do externího modulu LG Zero Connect Box. Ten plně bezdrátově přenáší nekomprimovaný datový tok obrazu i zvuku bez postřehnutelné latence až na vzdálenost 10 metrů, čímž se eliminuje nutnost složité správy kabeláže.

Když se ještě vrátíme ke svítivosti, která se u OLED panelů vždy řešila, protože zejména starší generace těchto televizorů nebyly vhodné k instalaci vedle okna či vyžadovaly kontrolovanější prostředí (zatemnění či změnu pozice TV), je nutné zmínit i revoluční architekturu Primary RGB Tandem. Ta kombinuje vícero emisních vrstev pro výrazný nárůst celkové saturace. Divize LG Display představila technickou cestovní mapu DFR 2.0 s cílem atakovat u herních monitorů s RGB Stripe OLED panelem absolutně dechberoucí obnovovací frekvenci 1 000 Hz.



Přestože souboj o dominanci na trhu se koná mezi korejskými a čínskými mainstreamovými značkami, na vavřínech neusíná ani super prémiová sféra. Na fotce OLED televizor Loewe Stellar 65 DR+, který získal prestižní ocenění EISA právě v kategorii prémiových TV.

### Umělá inteligence jako lokální výpočetní mozek koncového zařízení

Pozornost celého odvětví se sice soustředí hlavně na souboj nových zobrazovacích technologií, ale souběžně se přesouvá hluboko do nitra přístrojů, kde je dnes hlavním parametrem hrubý výkon procesorů. Samsung deklaroval zahájení éry mainstreamových AI televizorů masivním nasazením vlastního čipu Samsung NQ8 AI Gen3, který představil už v roce 2024. O kvalitě procesoru však hovoří zejména to, že ho Samsung nijak nevylepší ani pro své top modely z roku 2026.

Sofistikovaná neuronová procesorová jednotka operuje s 512 až 768 nezávislými neuronovými sítěmi pro permanentní analytiku datového toku obrazu s dvojnásobnou rychlostí oproti předchozí generaci. Zásadním technologickým rozhodnutím u Samsungu, ale i u nejnovějších čipů LG α11 či TCL AiPQ je fakt, že veškerý proces probíhá výhradně lokálně v hardwaru samotného zařízení. Eliminuje se tak cloudová latence a razantně se zvyšuje bezpečnost soukromých dat.

Fascinující ukázkou na veletrhu byla technologie Samsung AI Football Mode Pro. Lokální umělá inteligence bleskově detekuje sportovní přenos, automaticky rozdělí tok dat na zcela nezávislou



Nováčkem na trhu s televizory je firma Haier, která do této kategorie vstupuje postupně napříč Evropou. Loni se tak stalo i v Česku.

vizuální a audio cestu, aplikuje optimalizační filtry na travnaté plochy a bez artefaktů interpoluje rychlý pohyb letícího míče – podobný přístup s bleskovou analýzou snímků volí i Sony s technologií XR Motion Clarity. Zvuk u Samsungu obstarává modul AI Sound Control Pro využívající vyspělou technologii separace zvukových zdrojů k dekomponování audiostopy na složky pro dialogy, ruchy a hudbu. Divák si tak může namixovat vlastní poměr a izolovat hlas analytického komentátora.

Konkurenční LG nabízí ekvivalentní audio řešení v podobě systému LG Sound Suite AI, přičemž pozadu nezůstává ani Hisense, jehož procesory Hi-View dynamicky přizpůsobují prostorový formát Dolby Atmos akustickým vlastnostem konkrétní místnosti.

### Závěr

Trh s televizory prochází po technologické stránce opět velmi zajímavým obdobím, kdy se do obchodů valí obrovské množství inovací ve snaze přesvědčit spotřebitele, že nastal čas na výměnu starého zařízení za nové. Nepřekvapivě roste poptávka po větších úhlopříčkách a trh se pomalu přesouvá od 55 palců k 65 palcům.

Bohužel ho ale výrazně neovlivňuje pouze příval novinek. Trh s televizory se ocitá pod obrovským tlakem v kontextu geopolitických tlaků a konfliktů. Na toto téma se zaměřujeme v článku na straně 16.

### Jak sledují Češi televizi?

Nová technologická vyspělost koncových zařízení logicky mění i to, jakým způsobem probíhá konzumace distribuovaného obsahu. Televizní distribuci na území Česka se 49 % konečně dominuje nadále rostoucí internetová technologie IPTV spolu s kabelovým vysíláním, zatímco DVB-T pokračuje v poklesu (aktuálně

38 %). Data pro Asociaci televizních organizací zjišťuje každoročně Nielsen. IPTV přirozeně odemyká žádanou funkci plynulého časového posunu a zpětného sledování relací. Zastaralé satelitní instalace se smrskly na pouhých 13 % trhu. Podle inovované sledovací metodiky zahrnující i mimodomovní sledování na

tabletech a smartphonech strmě roste celkový naměřený čas u displejů na propastné 4 hodiny a 11 minut denně. Neobyčejným specifikem je historická technologická dominance české tvorby, která ačkoliv tvoří jen 31 % vysílacího schématu, generuje drtivých 57 % celkové odsledované kapacity.

# Haier



Haier M96

## Nová definice domácího kina

Když televize změnil váš obývací pokoj v kino.

Objevte vlajkovou loď Haier Smart TV M96 s QD-Mini LED technologií, která nabízí špičkový jas až 2000 nitů, 2160 stmívacích zón a antireflexní obrazovku zajišťující dechberoucí kontrast a realistické barvy i v plně osvětlené místnosti. Nativní 144Hz panel s Gaming Acceleratorem až 240Hz DLG zajistí dokonale plynulé hraní bez kompromisů. Inteligentní platforma UltraSense AI automaticky vylepšuje kvalitu obrazu, zvuku i gamingový zážitek. Spojení specialistů Sound by KEF a Dolby Atmos přináší nadčasový zvuk s hlubokými basy. Minimalistický Zero-Gap Design s ultra štíhlým tělem o tloušťce jen 54 mm dokonale přilne přímo ke zdi, úhlopříčka 100" změnil váš obývací pokoj v dokonalé kino.



[haier.cz](https://haier.cz)



## Nová řada RGB MiniLED televizorů od Hisense přináší inovativní technologii obrazovek

Společnost Hisense uvedla na evropský trh novou řadu televizorů RGB MiniLED, která zahrnuje modely UR9S a UR8S. Ty doplňují stávající řadu UXQ, která je dostupná od loňského roku. Díky nahrazení tradičního jednobarevného podsvícení technologií RGB MiniLED modulů nabízí tato série čistší reprodukci barev, stabilnější jas a vyšší komfort při sledování napříč širokou škálou velikostí obrazovek. Dále jsou vybaveny obnovovací frekvencí 180 Hz s podporou hraní ve 4 K / 180 Hz a mají antiodrazovou matnou vrstvu „Anti Reflection and Glare Free“. Nová produktová řada jde navíc za hranice velkých obrazovek a přináší tuto inovaci v modelech UR9S (65–85 palců) a UR8S (55–100 palců) i do nejběžnějších velikostí.

Díky rozsáhlejší nabídce úhlopříček, vyšší energetické efektivitě a jednotnému podání barev napříč celou řadou posouvá Hisense technologii RGB MiniLED z jejího původního konceptu do každodenního využití v obývacích pokojích, kde naplno vyniká kvalita obrazu, komfort při sledování i pestrost barev.

Společnost Hisense staví na jednoduché myšlence: „Kvalita obrazu začíná správným podsvícením.“ Místo spoléhání se na jediné bílé podsvícení, které vyžaduje výrazné barevné úpravy, Hisense vytváří přímo u zdroje červené, zelené a modré světlo. Poskytuje tak každému pixelu čistší a přesnější základ, na kterém může stavět. Procesor Hi-View AI Engine RGB pak toto světlo precizně řídí a synchronizuje jas i barvy. Diváci tak uvidí syté a věrné barvy i v jasných scénách, stabilní světelné špičky a obraz, který nepůsobí vybledle.



## Vidět a pocítit mohou uživatelé hned několik praktických výhod

**Bohatší a realističtější barvy:** Televizor díky čipům RGB MiniLED dokáže reprodukovat mimořádně široké spektrum barev. U řad UR9S a UR8S dosahuje až 100 % barevného prostoru BT.2020. V praxi to znamená, že červené barvy vypadají sytější, zelené přirozeněji a celková paleta se více blíží realitě.

**Stabilní jas bez zkreslení barev:** Scény s vysokým jasnem, jako jsou západy slunce, osvětlené stadiony nebo zasněžené krajiny, často posouvají obrazovky na hranici jejich možností. Panel s RGB podsvícením od společnosti Hisense však udržuje barvy stabilní i při vysokém jasu, takže světlé scény zůstávají živé a vyvážené, nikoli vybledlé.

**Pohodlnější dlouhé sledování:** Televizory Hisense omezují škodlivé modré světlo přímo na hardwarové úrovni, což potvrzuje certifikace TÜV Rheinland. Výsledkem je obraz, který je pro oči znatelně šetrnější. Ideální je proto pro rodiny, večerní i dlouhé sledování oblíbených seriálů.

**Vyšší účinnost díky chytřejšímu využití světla:** Jelikož televizor vytváří přesné barvy přímo pomocí LED diod, dochází k menším ztrátám světla ve vrstvách pro barevnou konverzi. To vede k vyšší energetické účinnosti, aniž by došlo ke snížení výkonu.

**Technické inovace zvyšující výkon:** Řada RGB MiniLED přináší několik technických vylepšení, která přispívají k dlouhodobé kvalitě obrazu a spolehlivosti. Zprv jde o dlouhodobou stabilitu barev. Červená LED dioda je navržena tak, aby televizor zachovával barevnou přesnost i po letech používání.

**Zadruhé nabízí přesnější řízení světla.** Systém společného řízení barev a jasu ovládá každý RGB prvek v rámci svých zón lokálního stmívání a poskytuje jemnější ovládání než běžné systémy, které rozdělují barvy do širších skupin.

**V neposlední řadě jsou zde optická vylepšení.** Mikro-nano optické čočky efektivněji směřují světlo a pomáhají omezit rozostření kolem jasných objektů, což přispívá k čistšímu kontrastu v náročných scénách. Nechybí ani certifikace Pantone, která zaručuje věrné zobrazení více než 2 000 standardizovaných barev.



## Nejrychlejší operační systém: Evropské modely televizorů

Hisense běží na operačním systému VIDAA. Ten dle nezávislého srovnávacího testu německé společnosti WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH nabízí nejrychlejší uživatelský zážitek mezi chytrými televizory na trhu. Mezi nejpůsobivější výsledky patřilo přepnutí na HDMI vstup za 0,88 sekundy, přeskočení kanálu internetové televize (OTT) za 0,90 sekundy a vyhledávání hlasem za 1,88 sekundy.

Uživatelům dnes VIDAA nabízí všechny klíčové globální platformy Netflix, Disney+, HBO Max (Max), Apple TV+, Amazon Prime Video a YouTube. Modely jsou vybaveny také čipem MediaTek Pentonic 800, který zajišťuje podporu Dolby Vision 2 a čtyři porty HDMI 2.1.

Produktové řady UR9S, UR8S a UXQ společně ukazují, jak se technologie RGB MiniLED dokonale přizpůsobí různým domácím prostředím – od špičkových domácích kin přes prémiové zábavní místnosti až po univerzální prostory pro každodenní sledování.





## Krise dodavatelských řetězců a fundamentální změny. Trh televizorů prochází další velkou transformací

Masivní technologický rozvoj, o němž byla řeč v článku na začátku speciálu, a zosřtený boj o tržní podíly probíhají na pozadí závažné a hluboké krize v oblasti klíčových komponent. Čínské korporace agresivně posilují svůj vliv, zatímco tradiční japonské značky po dvou dekadách defenzivy a přešlapování definitivně opouštějí arénu nezávislých výrobců. Dříve zcela jasně dominující korejsí giganti jsou nuceni bránit své pozice a celý trh čelí strmému zdražování klíčových paměťových čipů, což má především dopad na segment menších úhlopříček.

### Vliv AI serverů na cenotvorbu a výrobu

Globální rozmach technologií a aplikací generativní umělé inteligence způsobil skokový, až neukojitelný nárůst poptávky po vysokokapacitních a extrémně rychlých serverech určených pro nová datová centra. Polovodičové společnosti po celém světě na tento trend zareagovaly zcela logicky z hlediska ziskovosti – masivně přesunuly svou výrobní kapacitu DRAM a NAND flash pamětí směrem k vysoce lukrativním podnikovým SSD diskům a pamětem s vysokou propustností pro AI infrastrukturu. Tímto tržním krokem však došlo k fatálnímu odčerpání výrobních kapacit pro běžné, takzvané spotřebitelské paměti.

Tyto čipy jsou přítomny pro moderní televizory naprosto klíčové. Každá chytrá televize je dnes v podstatě specializovaným počítačem – operační systémy společně se všemi integrovanými AI procesy a aplikacemi pro streamování jsou extrémně paměťově náročné a vyžadují stále větší operační paměti. Následky nedostatku na trhu na sebe nenechaly dlouho čekat. Již na konci roku 2025 odstartovala cenová rallye, kdy smluvní ceny běžných pamětí DRAM vylétly v prvním čtvrtletí 2026 mezikvartálně o neuvěřitelných 90 až 95 %. A zdražování pokračuje i nadále – odhady ze začátku roku, že bude následovat ještě další zdražení o dalších cca 60 %, se víceméně naplnily. Vzhledem k tomu, že AI segment kompletně blokuje výrobní kapacity a nové linky nebudou v továrnách k dispozici dříve než koncem roku 2027, je tento stav pro výrobce televizorů momentálně neřešitelný. V segmentu televizorů tak dochází k něčemu dlouhou dobu skoro nemyslitelnému – zdražování produktů. Vzhledem k tomu, jak nízké se pohybují marže a jak zerodované koncové ceny jsou, bylo by nepochybně záhodno v rámci ozdravení celého byznysu, aby firmy krizi „využily“ k postupnému zvýšení cen nad rámec toho, co představují dražší čipy. Nejde přece o nějakou neadekvátní snahu se obohatit – spíše zastavit slevové zacyklení trhu, v němž se pohybujeme už od agresivního nástupu korejských firem před cca 20 lety.

Když se ale ještě vrátíme k samotnému tématu pamětí, dopad této nákladové krize na celkovou výrobní ekonomiku televizních přístrojů je silně nesouměrný a odvíjí se od velikosti produkovaného displeje, jak ukazuje tabulka 1, při jejímž pročítání by si měl čtenář ještě uvědomit, že jde o data z prvního kvartálu letošního roku. A jak už jsme uvedli, od té doby ceny ještě dál stouply. Tento extrémní nárůst činí montáž malých levných televizorů, u kterých se čistá marže běžně pohybuje pouze v řádu jednotek amerických dolarů, de facto ekonomicky neudržitelnou. Prognostické agentury, jako je TrendForce, otevřeně očekávají, že fyzické dodávky nových 32palcových televizorů se v roce 2026 globálně propadnou o masivních 9,1 %, čímž se jejich celkový podíl na trhu zmenší na přibližně 19 %.



tabulka 1

Kategorie obrazovky	Podíl ceny paměti na celkových nákladech (2025)	Podíl ceny paměti na celkových nákladech (Q1 2026)	Ekonomický dopad na výrobce
Malé úhlopříčky (např. 32")	6–7 %	15 %	Dramatické zhoršení výnosnosti. Výroba generuje u levných modelů ztrátu.
Velké úhlopříčky (např. 65")	2–3 %	cca 10 %	Zvýšené náklady lze bez problémů absorbovat vysokou maloobchodní cenou.

V příkrém kontrastu k tomu stojí trh s velkoplošnými modely. U prémiovějších 65palcových nebo 75palcových panelů s maloobchodní cenovkou převyšující 1 000 dolarů tvoří i výrazně zdražená křemíková paměť zhruba pouhých 10% celkových nákladů na materiál. Tento relativní nárůst je něco, co výrobce dokáže v konečné vysoké cenovce prémiové elektroniky mnohem snáze ztratit, aniž by došlo k destrukci jeho hrubé ziskové marže. Výsledkem je masivní a nevratný tržní posun – nadnárodní korporace postupně zcela ukončují marketingovou i technickou podporu malých úhlopříček a přesouvají veškeré alokované úsilí, dodávky čipů a výrobní kapacity linek na televizory o velikosti 65 palců a více. Předpovídá se, že v roce 2026 budou modely od 65 palců výše generovat téměř čtvrtinu veškerých globálních objemových dodávek. Pro koncového spotřebitele má tato anomálie přímé dopady – analytici se shodují, že nárůst maloobchodních cen je nevyhnutelný.

### Geopolitika, korporátní restrukturalizace a konec japonské éry

Zatímco křemíková krize definuje dodavatelský řetězec, korporátní sféra prošla v posledních měsících doslova zemětřesením. Rok 2026 se do historie průmyslu spotřební elektroniky neodvratně zapíše jako moment, kdy se po více než půlstoletí definitivně uzavřela éra japonských značek. Dvě z nejkritičtějších a dříve nejrespektovanějších značek konce 20. a počátku 21. století – Sony a Panasonic – v rychlém sledu oznámily strategická partnerství s agresivními čínskými výrobci. Tato ujednání v odborné praxi znamenají faktické odevzdání a předání kontroly nad vlastní výrobou televizorů. Přestože tyto zprávy v trhu rezonovaly velmi silně, faktem je, že Japonci byli nahrazeni Korejci v roli technologických i tržních lídrů už před více než 15 lety. Lze konstatovat, že po světové finanční krizi z let 2008–2010 se postupně vytráceli z regálů i myslí spotřebitelů.

### Sony

Rozhodnutí tradiční japonské korporace Sony podepsat dohodu o odprodeji svého televizního a domácího audiovizuálního byznysu čínské společnosti TCL představuje na poli elektroniky zásadní moment. V nově zformovaném společném podniku, který má zahájit plný provoz v dubnu 2027, bude TCL držet 51% většinový a řídicí podíl, zatímco Sony si ponechá 49% menšinový podíl. Tímto krokem přebírá dravé TCL zodpovědnost za každodenní řízení, návrh hardwaru, výrobní procesy a celkovou logistiku. Ačkoliv zástupci obou společností zdůrazňují vzájemnou

synergii, realita je taková, že Sony tímto rezignovalo na status nezávislého výrobce hardwaru. Nová společnost nadále využije názvy „Sony“ a „BRAVIA“, avšak hardware dodá Čína.

Příčin tohoto ústupu je hodně – zejména pak prohlubující se strukturální selhání v managementu Sony. Firma nevyrobila skutečně vlastní, in-house designovaný televizní panel od dob zlaté éry CRT obrazovek řady Trinitron. Od prodeje svého podílu v S-LCD v roce 2012 byla společnost zcela závislá na nákupu panelů od svých přímých rivalů – odebírala WOLED panely od LG Display, QD-OLED od Samsung Display a běžné LCD panely od TCL CSOT. Vývoj hlavních systémových čipů přenechala společnosti MediaTek a od roku 2015 akceptovala softwarové řešení od Googlu. Pokusy o vytvoření synergičkových služeb, jako byla aplikace PlayStation Remote Play či platforma Sony Pictures Core, skončily v podstatě jen jako izolované aplikace. Očekává se, že po fúzi by TCL mohlo produkovat dostupné Mini LED televize v obrovských objemech, čímž Sony ztratí exkluzivitu, zatímco samotné TCL aktivně staví novou supermoderní továrnu na produkci inkoustovým tiskem vyráběných OLED panelů. Zahájit provoz má příští rok.

### Panasonic

Zcela analogický proces proběhl u další slavné japonské značky Panasonic, která oznámila, že předává kontrolu nad výrobou čínskému průmyslovému holdingu Skyworth. Tento transfer moci se uskuteční napříč celým evropským kontinentem a regionem Severní Ameriky. Panasonicu zůstane primárně pouze role konzultanta přinášejícího expertizu a společný dohled při vývoji nejdražších modelů s OLED panely. Společnost Matsushita, přejmenovaná před 18 lety na Panasonic, v roce 1952 spustila masovou produkci CRT televizorů a do roku 2014 byla lídrem plazmových TV, nyní tedy opouští arénu nezávislých producentů. Zákazníkům tento fakt bezprostředně mění nabídku – u nižších a středních tříd již Panasonic pouze licencuje značku do přístrojů vybavených různorodými operačními systémy. Prémiové OLED novinky roku 2026 s označením Z86C a Z85C sice podporují pokročilé technologie, avšak oproti předchozím vlastním iteracím značky ztrácí určité proprietární parametry a hlubší softwarovou integraci, jako je plná podpora kalibračního softwaru Calman či proprietární herní módy.



### Souboj o dominanci aneb jihokorejská defenziva a čínská ofenziva

Tlak, jenž donutil japonské značky k radikálnímu ústupu ze scény, je důsledkem jednak dlouhodobého tlaku korejských firem a jednak ve své současné definitivní podobě firem čínských. Těže ofenzivě ostatně nyní čelí jihokorejské společnosti Samsung a LG, jejichž obranné strategie se však diametrálně liší, ačkoliv obě stále vlastní technologický a výrobní hardware.

Když se podíváme na data o vygenerovaných příjmech za první kvartál roku 2026, Samsung Electronics působí neotřesitelně.

Firma potvrdila na základě dat analytické společnosti Omdia, že je nadále nejprodávanejší značkou světa již rekordních 21 let v řadě. Její tržby pokryly neuvěřitelných 31,3% celkového světového trhu, což je více než dvojnásobek druhého v pořadí, podniku LG Electronics s 14,8%. Tajemství Samsungu tkví v asymetrické strategii, kdy naprosto záměrně přenechává nízkomaržový segment malých televizorů čínské konkurenci a koncentruje úsilí na střední a prémiovou kategorii. V elitním segmentu nad 2 500 amerických dolarů (přibližně 57 000 Kč) ovládl Samsung neuvěřitelných 53,4% všech globálních tržeb. Finanční síla pramení z prodeje obrovských zařízení, jako jsou koncepty Micro RGB a vlastní QLED obrazovky, a rovněž z boomu OLED panelů, jejichž prodeje vzrostly o masivních 28,8% na více než 5 milionů kusů. Pro masový segment střední třídy Samsung představil dostupnou řadu Mini LED, čímž chce získat zpět 30% podíl na úkor společnosti TCL.

### Spojí LG síly s Hisense?

Konkurenční LG si udržuje renomé v inovacích prémiových OLED televizorů, avšak v kategorii LCD silně zaostává. V květnu 2026 se na trhu objevily spekulace o tajném vyjednávání s holdingem Hisense, jehož předmětem měl být odprodej televizní divize LG. Ačkoliv zástupci LG tyto zvěsti kategoricky demontovali, nervozita přetrvává, jelikož analytici varují, že synergie značek LG a Hisense by vygenerovala subjekt schopný překonat veškerou stávající konkurenci.

### Síla čínských firem

Kusové prodeje na globální scéně naplno odhalují frontální úder Číny. Během úvodního čtvrtletí 2026 TCL prudce akcelerovalo s meziročním nárůstem o 11,3% a získalo 16,3% podíl v dodávkách s 7,68 miliony kusů. V závěsu je Hisense s 15,1% dodavatelským podílem. V segmentu gigantických úhlopříček nad 80 palců (obří 98" a 115" Mini LED přístroje) již TCL dokonce fyzicky prodává více displejů než Samsung. Čínské firmy společně kontrolují 54% globálního odbytu Mini LED zařízení díky bezkonkurenčnímu vlastnictví dodavatelských řetězců.

Nově pak do segmentu televizorů vstupuje i firma Haier, která je největším výrobcem domácích spotřebičů na světě. Přestože se zatím v analýzách trhu neobjevuje, nelze ji z dlouhodobého hlediska podceňovat. Firma má jak tržní sílu, s níž přichází ze světa spotřebičů, tak dostatečný kapitál, aby se na trhu televizorů prosadila. Navíc nemusí tolik tlačit na objem prodeje v této kategorii, protože pro ni představuje pouze doplněk v rámci strategie nabídnout zákazníkům komplexní řešení pro domácnost.

### Analýza trhu v České republice

Oproti západoevropským zemím je tuzemský trh vysoce saturovaný a extrémně citlivý na cenovou stabilitu. Zásadním hnacím motorem tržeb se stává touha po prémiové kvalitě obrazu a snaha využít plný potenciál herních konzolí a VOD služeb. Český zákazník je každopádně vysoce pragmatický, protože hledá kompromis mezi co největší úhlopříčkou a dostačujícími technologiemi panelu. Nejvyhledávanějšími kategoriemi jsou poctivě vybavené panely střední třídy od Samsungu a agresivně naceněné panely od asijských značek TCL a Xiaomi v dominantních rozměrech od 55 do 75 palců.

Trh aktuálně nezažívá nejlepší časy – celá kategorie spotřební elektroniky se propadla za duben v hodnotě o 3%, přičemž samotné televizory pak zažily už v březnu nebyvalý sešup o 18%. Aktuálně je to dle NIQ (GfK) 5%. Jejich prodejům příliš nepomůže ani současné fotbalové mistrovství světa kvůli časovému posunu a faktu, že se na přenosy v nočních hodinách bude dívat zlomek lidí, kteří by je sledovali, kdyby byl šampionát v pro nás vhodnější časové zóně. Motivace k výměně televizoru nebude příliš velká.



### Úpadek StreamView GmbH a konec evropské distribuce značky Thomson

Rakouská společnost StreamView GmbH (se sídlem ve Vídni), donedávna držitel licence pro značku Thomson v Evropě, podala v polovině dubna 2026 překvapivý návrh na konkurz u obchodního soudu ve Vídni. K datu uzávěrky speciálu (8. června 2026) platí, že vstoupila tato firma do insolvenčního řízení s obrovským dluhem ve výši 36,6 milionu eur (zhruba 900 milionů Kč) a zanechala za sebou přibližně 800 věřitelů. Krach se přímo dotkl 35 zaměstnanců a na rozdíl od jiných technologických firem v problémech vedení nepožádalo o restrukturalizaci, nýbrž o trvalé uzavření a likvidaci firmy.

Z odborného hlediska nedošlo ke krachu kvůli nezájmu spotřebitelů. Naopak, prodeje rostly a jejich cenově dostupné streamovací boxy s čistým systémem Google TV, jako například Thomson Streaming Box Plus 270, se staly jedním z největších přímých konkurentů pro oblíbené Amazon Fire TV Sticks. Skutečnou příčinou pádu byl fatální kolaps v pozadí dodavatelského řetězce, způsobený přerušením vztahů s hlavním čínským dodavatelem hardwaru, který fungoval také jako klíčový finanční partner. Tlak trhu spojený s rostoucími náklady na přepravu a komponenty firmu rychle složil a následná krizová jednání s novým investorem zkrachovala těsně před vyhlášením insolvence.

Majitelé zařízení Thomson se však nemusí obávat, že by jim přístroje přestaly okamžitě fungovat. Operační systém Google TV i veškeré streamovací aplikace totiž běží na serverech Googlu, takže softwarové updaty nejsou krachem nijak zasazeny. Vlastník práv, společnost Established Inc., již na trhu urychleně hledá nového finančně stabilního licenčního partnera pro Evropu, který by mohl část poprodejního servisu teoreticky převzít.

# Spojení retro designu a moderních technologií: audiosystémy Roadstar

Značka Roadstar přináší na trh nová audio zařízení, která dokonale spojují elegantní vintage vzhled s velmi pokročilou funkcionalitou. Široká nabídka osloví milovníky vinylových desek i náročnější zákazníky vyžadující bezdrátové streamování přes Bluetooth a čistý digitální příjem DAB+.



**Roadstar**

## Roadstar HIF-1850TUMPK

Tento hi-fi systém je ideální pro ty, kteří chtějí sdružit zdroje hudby v jednom přístroji. Disponuje gramofonem s rychlostmi 33 RPM, 45 RPM, 78 RPM, AM/FM rádiem, CD a kazetovým magnetofonem. Lze přímo nahrávat hudbu z gramofonu, CD či kazety na USB disk. Uživatelé tak snadno digitalizují sbírky. O vyvážený zvuk se starají dva reproduktory a výškový měnič.

## Roadstar TT-260SPK

Pro zájemce o gramofon s integrovaným ozvučením je určen tento 3,3kg model. Dřevěný gramofon je osazen ramenem s funkcí autostop a podporuje rychlosti 33 RPM, 45 RPM a 78 RPM. Stereo reproduktory o výkonu 24 W (PMPO) dodávají hudbě plný zvuk. Přístroj disponuje také RCA výstupem a AUX vstupem.



## Roadstar HRA-1782ND+BT

Rádio v dřevěném provedení ukrývá výkonné komponenty. K dispozici je příjem DAB/DAB+ a FM RDS s 20 předvolbami. Umožňuje přehrávání z CD, USB nebo streamování přes Bluetooth. Nechybí přímý záznam na USB. Zvukový projev zajišťují dva 15W RMS reproduktory (PMPO 240 W) a digitální ekvalizér s pěti profily.

## O značce Roadstar

Společnost vznikla v Japonsku v roce 1976 a stala se uznávaným průkopníkem v oblasti auto audia díky přehrávačům s funkcí Autoreverse. Kvůli celosvětové poptávce přesunula značka svou centrálu do Švýcarska. Dnes úspěšně propojuje nadčasový vintage styl s nejnovějšími moderními technologiemi.



Výrobky v distribuci společnosti BVZ Commerce můžete pro své obchody nakupovat přímo na jejím B2B portálu: <https://shop.bvz.cz/customer/registration-company/>



## Nová generace Bose Lifestyle Collection Modulární audio pro celou domácnost

Společnost Bose představuje novou generaci prémiového domácího audia Bose Lifestyle Collection. Tento modulární systém kombinuje kompaktní rozměry s pokročilými technologiemi pro špičkový poslech hudby a sledování filmů. Kolekce zahrnuje chytrý reproduktor, soundbar a subwoofer z nejvyšší řady Ultra, které lze využívat samostatně nebo je propojit pomocí wi-fi do jednotného multiroom prostředí v rámci celé domácnosti.

### Plnohodnotný zvuk a prostorový vjem

Nejuniverzálnějším prvkem sady je Bose Lifestyle Ultra Speaker, který obsahuje tři měniče – dva slouží pro dvoupásmový poslech vpředu a třetí směřuje vzhůru pro prostorový efekt Dolby Atmos. Technologie TrueSpatial se stará o pocit vzdušnosti a otevřenosti, zatímco CleanBass generuje překvapivě hluboké basy z kompaktní konstrukce. Samostatně lze objednat i elegantní podlahové stojany.

### Architektura pro domácí kino

Zcela přepracovaný soundbar Bose Lifestyle Ultra disponuje šesti měniči a reproduktorem namířeným vzhůru pro poslech formátu Dolby Atmos. Technologie PhaseGuide rozšiřuje zvukovou scénu i mimo fyzické umístění reproduktorů. O srozumitelnost dialogů pečuje zpracování signálu SpeechClarity a akustiku místnosti přesně analyzuje CustomTune. Sestavu doplňuje Lifestyle Ultra Subwoofer s řešením QuietPort a technologií CleanBass pro výrazné basy bez zkreslení. Při zapojení systém automaticky přesměruje basy a ostatní komponenty se více zaměří na čistotu středů a výšek.

### Flexibilita a prémiový design

Komponenty řady Bose Lifestyle podporují streamování přes Apple AirPlay 2, Google Cast a Spotify Connect. Nastavení parametrů včetně multiroom přizpůsobení zajišťuje aktualizovaná aplikace Bose. Přístroje lze ovládat také hlasem nebo ovladačem televizoru. Kolekce využívá čisté linie, kvalitní materiály a textilní mřížky.





*Jedním ze současných trendů je návrat mladších ročníků k kabelovým sluchátkům, která umožňují poslech ve skutečně bezdrátové kvalitě. Na fotce vysoce prémiová sluchátka Meze Audio Strada prodávaná za 19 990 Kč*

## Velké návraty – vinyl, kabely i trocha staromilského designu

Přestože světu spotřební elektroniky vládou digitální technologie od zpracování obrazu a zvuku přes přístup k obsahu prostřednictvím streamování až po bezdrátovou komunikaci zařízení mezi sebou, některé zdánlivě umírající systémy a řešení se vracejí opět na scénu. Už celé roky probíhá samozřejmě obrovský boom okolo gramofonových desek, ale nyní se o slovo opět hlásí kabelová sluchátka a tradičnější design zařízení – ať už vyloženě retro, či naopak moderněji pojaté mikrosystémy pro poslech hudby. A o určité renesanci se píše také v kontextu s kompaktními disky. Sice jde o digitální řešení, ale fyzická média se ještě před pár lety také jevila jako kandidát na to, že skončí definitivně v propadlišti dějin.

### Návrat fyzických nosičů a retro elektroniky.

#### Trh ovládla haptika a kvalita

To, co zpočátku vypadalo jen jako okrajová nostalgie v podobě návratu vinylových desek, postupně přerostlo v širší posun spotřebitelského chování. Trh se vrací k fyzickému vlastnictví, haptické odezvě a záměrnému poslechu. Trend není odmítnutím moderních technologií, nýbrž reakcí na digitální únavu a neuchopitelnost cloudových služeb. Ústředním hybatelem těchto dějů je nastupující generace Z, která vyrostla již v plně digitálním prostředí, nezná svět bez internetu či smartphonů. Současně ale klade mnohem větší důraz na autenticitu, což u ní paradoxně vyvolává jakousi falešnou či vypůjčenou nostalgii po éře 80. a 90. let, kdy vládli nejprve analog a posléze fyzická digitální média. Vše si šlo osahat, cítit produkt v ruce – film či hudba byly symbolizovány kazetami nebo disky. Uživatel měl pocit vlastnictví obsahu, což se s příchodem streamingu a cloudových služeb ze světa technologií vytratilo.

### Kabelová sluchátka

#### Odmítnutí korporátní estetiky a návrat k Y2K

Ještě před pár lety se zdálo, že s odstraněním 3,5mm jacku ze smartphonů je osud kabelových sluchátek zpečetěn. Trh poměrně rychle ovládla bezdrátová sluchátka. Nyní ale ta kabelová zažívají masivní renesanci. Na platformách jako TikTok se objevil trend propagující návrat ke klasickým kabelovým modelům. Pro generaci Z se kabel stal módním doplňkem a způsobem, jak se vizuálně vymezit proti všudypřítomnému vzhledu bezdrátových špuntů. Zákazníci si navíc znovu uvědomili praktické benefity – žádná „úzkost z vybité baterie“, nulová latence, žádné problémy s párováním a podstatně lepší poměr ceny a výkonu. A v neposlední řadě možnost poslouchat hudbu v bezdrátové kvalitě bez jakýchkoliv kompromisů.

*Zájem stoupá už mnoho let o tradiční přehrávání hudby pomocí gramofonu. Zde řešení multifunkční AKAI ATT-500SP s integrovaným (před)zesilovačem a reproduktory. Nechybí Bluetooth 5.0, analogové a USB vstupy a FM rádio*





Obnovenému zájmu spotřebitelů se těší také technologie kompaktních disků. Jak z nich dostat maximum? Například pomocí kvalitního přehrávače Rotel RCD-1572MK s 32bitovým DAC a se speciálně vyladěnými externími filtry na analogovém výstupu. Pořizovací cena činí 30 000 Kč.

### **Kompaktní disky**

#### **Cenově dostupná fyzická hudba a kvalitnější zvuk**

Zatímco poslech vinylu je drahý a náročný na údržbu, kompaktní disky hlásí překvapivý návrat. Podle zpráv asociace RIAA prodeje CD v roce 2021 poprvé po téměř dvou dekadách opět stabilně rostly, přičemž v poslední době tento trend trochu oslabil a liší se v různých částech světa. Evropa každopádně hlásí růst prodeje i za loňský rok.

Pro mladou generaci je pochopitelně CD dostupnější formou fyzického nosiče než drahý vinyl. Koupí CD podporují svého interpreta a konečně mají pocit, že hudbu, za kterou platí, „vlastní“. To, že to tak po právní stránce není, je věc druhá. Pociť držet nově vydané album v ruce a „mít“ ho je ovšem evidentně lákavý. Z technického hlediska navíc CD nabízí nekomprimovaný digitální zvuk, který často zní lépe než běžný stream, byť i Spotify už konečně loni v září spustilo bezztrátovou kvalitu. Vložení disku do přehrávače navrácí hudbě rituál a nutí posluchače konzumovat album jako promyšlený celek, ne jako náhodný playlist vygenerovaný algoritmem.

### **Retro design**

#### **Návrat haptiky, vizuální hřejivosti a prémiových materiálů**

Přední výrobci hi-fi elektroniky rychle pochopili, že moderní elektronika vypadá v domácnostech často příliš sterilně, jako černé krabičky. Na trh se proto chrlí přístroje v retro designu. Běžně se využívá pravé ořeškové dřevo, kartáčovaný hliník, robustní analogové přepínače a masivní návrat zažívají také ručičkové ukazatele. Zásadní však je, že tyto retro přístroje jsou uvnitř plně

vybaveny těmi nejmodernějšími technologiemi, včetně bezdrátové konektivity a streamingu v HD kvalitě. Jde o dokonalé spojení starého a nového světa.

### **Moderní mikrosystémy**

#### **All-in-one hudební řešení v nekompromisní kvalitě**

Dříve populární mikrosystémy byly postupně vytlačeny přenosnými reproduktory. Nyní se ale sebevědomě vrací v prémiovém podání. Lidé, zejména mileniálové a starší část generace Z, se často stěhují do menších bytů, kde nechtějí mít obrovské reproduktory a věž zesilovačů, ale zároveň vyžadují lepší zvuk než z chytrého asistenta nebo bluetooth reproduktoru. Moderní mikrosystémy fungují jako vysoce funkční elegantní nábytek, spolehlivě kombinují klasický CD přehrávač, FM/DAB+ rádio a plnohodnotný streamer v jednom vysoce kvalitním balení.

### **Závěrečné shrnutí**

Proč právě generace Z vede tuto tržní změnu?

Pro starší generaci jsou CD nebo kabelová sluchátka technologií, kterou s úlevou opustily. Pro generaci Z je však fyzické médium a jednoúčelová elektronika formou novinky a vítaného úniku. Algoritmy populárních streamovacích platform představují pouhou pasivní konzumaci obsahu. Fyzické nosiče, mechanická tlačítka, kabely a luxusní retro design naproti tomu reprezentují intencionalitu, což posiluje identitu uživatele a jeho vztah k hudbě či filmu v době, kdy je všeho digitálního nadbytek a nic nemá hmatatelnou hodnotu.

Nejen v prémiovém segmentu se objevují novinky v rámci tradičněji pojatých přístrojů. Zde například mikrosystém AKAI AM-100 Rhapsody v retro designu. Obsahuje CD přehrávač, DAB, Bluetooth 5.0 a USB i analogové vstupy. Prodává se za 4700 Kč.





## Dokonalá synergie designu a špičkového zvuku Canvas

Dánský soundbar Canvas HIFI mění definici domácího audia. Tento systém s lehkostí nahradí výkonnou sestavu reproduktorů a zesilovače. Za mimořádně realistickým prostorovým zvukem stojí patentovaná technologie BACCH 3D. Ta přesně zpracovává zvukové fáze, čímž vás hudba či film doslova obklopí. Minimalistický vzhled lze dokonale sladit s interiérem díky volitelným předním mřížkám z prémiové látky či dřeva. Zařízení podporuje i bezztrátové streamování přes Apple AirPlay 2 nebo Google Cast.



# Hisense



OFFICIAL SPONSOR

The Origin of

# RGB

# MiniLED



## RGB MiniLED

# Přirozené a věrné barvy

Technologie displejů se už celá desetiletí předhání v tom, jak věrně napodobit to, co lidské oko přirozeně vidí. Hisense RGB MiniLED však mění pravidla hry. Barvy totiž generuje přímo, namísto jejich filtrování, díky čemuž přináší obraz, který je přirozenější, přesnější a celistvější. Nejde jen o větší množství barev, ale o jejich věrnost. A protože opravdová inovace myslí na víc než jen na samotný výkon, je technologie RGB MiniLED navržena tak, aby byla energeticky úspornější. Přináší vysoký jas s nižší spotřebou a zároveň díky měkčímu a stabilnějšímu světlu snižuje únavu očí. Pro zážitek ze sledování, který je navíc