Televize jako centrum domácí zábavy. Češi u ní tráví téměř 3,5 hodiny denně a nové modely pořizují častěji než dřív

Datum	9.6.2026
Subjekt	HP TRONIC Zlín
Region	Česká republika
Kategorie	Maloobchod, Spotřební zboží, Technologie

Televize je v českých domácnostech nadále jedním z hlavních zdrojů zábavy a odpočinku. Češi tak patří mezi jedny z nejzapálenějších televizních diváků v Evropě. Tomu odpovídá i to, jak přistupují k výběru nového přístroje. Zákazníci dnes vybírají nový model v průměru jednou za šest let a stále častěji sahají po větší úhlopříčce a chytrých funkcích, které z televize dělají centrální obrazovku pro sledování vysílání, streamingu[1], sportu i hraní her. Největší poptávka směřuje k 55palcovým televizorům v průměrné ceně kolem 14 tisíc korun, přičemž roste zájem i o úhlopříčky 75 palců a větší. Trh navíc posouvají nové RGB technologie, které přinášejí vyšší jas a přesnější barvy a stávají se zajímavou alternativou k OLED segmentu.

Od robustních obrazovek k chytrému centru domácnosti

Ještě před několika desítkami let představovala koupě televize významný okamžik. Přístroj byl drahý, těžký a sloužil především k pasivnímu sledování vysílání. Dnes je situace jiná, a to nejen technologicky.

Průměrný Čech loni strávil před televizí na sekundu přesně 3:27:48 hodiny[2] denně, zatímco například v Norsku nebo Švédsku je to méně než dvě hodiny. Česká republika tak patří v evropském srovnání k národům, pro které je televize skutečně každodenní záležitostí, a tomu odpovídá i přístup k jejímu výběru.

„Televize se proměnila v multimediální centrum domácnosti, které slouží nejen ke sledování vysílání, ale také ke streamingu, hraní her, videohovorům nebo ovládání chytré domácnosti. Díky široké nabídce modelů si dnes zákazníci vybírají podle konkrétních potřeb a životního stylu,“ **říká Tomáš Krátký, vedoucí produktového marketingu televizí DATART.**

Pětasedmdesát palců? Dnes již nic výjimečného

Nejprodávanější kategorií zůstávají televizory s úhlopříčkou 55 palců. Ty představují kompromis mezi velikostí obrazovky, cenou a nároky na prostor. *„Pro většinu domácností jde o univerzální řešení, které dobře funguje v obývacím pokoji i menších bytech,“* **říká Krátký.**

Současně však roste zájem o velké formáty. Stále více zákazníků sahá po modelech s úhlopříčkou 65, 75 a více palců. S přijatelnými cenami a dostupnějším 4K rozlišením se velká obrazovka stává standardem, nikoliv luxusem.

Roli hrají i sportovní přenosy. Kupříkladu finále mistrovství světa v hokeji v roce 2024, kde zvítězila v domácím prostředí česká reprezentace, sledovalo u televizorů přes 3,5 milionu Čechů[3], což z něj udělalo nejsledovanější televizní událost roku. Velká obrazovka a kvalitní obraz přitom zásadně

ovlivňují, jak intenzivní takový zážitek je.

Zlatá střední cesta existuje a trh ji potvrzuje

Zajímavý je také cenový posun. Největší zájem není o nejlevnější modely ani o vyloženě prémiové televizory, ale o střední cenovou hladinu kolem 12 tisíc korun. *„Právě v této cenové kategorii dnes zákazníci získávají kombinaci funkcí, které ještě před pár lety patřily do vyšší třídy. Konkrétně 4K rozlišení, vysokou obnovovací frekvenci, kvalitní obrazové procesory, herní režimy nebo zejména podporu streamovacích platforem,“* **vyjmenovává Krátký**. A to není náhoda. Netflix si dnes platí téměř sedm z deseti českých domácností a tři čtvrtiny Čechů si připlatí za nějakou formu online obsahu. Smart TV funkce tak přestaly být bonusem a staly se základním požadavkem[4].

Při pořizování nového televizoru sehrává roli také způsob financování. Zákazníci čím dál častěji využívají platby na třetiny nebo splátky, které jim umožní sáhnout po lepším modelu bez odkládání rozhodnutí.

LED, OLED nebo RGB?

Při výběru televizoru dnes zákazníci řeší nejen cenu a velikost, ale také technologii panelu.

LED televize zůstávají nejrozšířenější variantou, která díky dostupné ceně a široké nabídce modelů představuje univerzální volbu pro většinu domácností.

OLED si drží pozici prémiového standardu, nabízí perfektní černou a vynikající kontrast. Oblíbený je zejména mezi filmovými fanoušky a náročnějšími uživateli. Novou kapitolu otevírají RGB televize, které místo klasického bílého podsvícení využívají samostatné červené, zelené a modré diody. Výsledkem jsou přesnější barvy, vyšší jas a velmi výrazný vizuální efekt. Na tento směr výrazně sází Samsung, který RGB technologii kombinuje s pokročilým AI zpracováním obrazu. *„Právě RGB může v budoucnu představovat zajímavou alternativu mezi LED a OLED segmentem,“* **říká Krátký.**

Rozhýbou RGB televize trh?

RGB technologie začíná měnit dosavadní rozdělení mezi klasickými LED a prémiovými OLED modely. Na rozdíl od běžných LED televizí využívají RGB panely samostatné červené, zelené a modré diody místo tradičního bílého podsvícení, což umožňuje přesnější barevné podání, vyšší jas a výraznější HDR efekt.

Právě na tento směr výrazně sází Samsung, který RGB technologii kombinuje s pokročilým AI zpracováním obrazu a detailnějším řízením podsvícení jednotlivých zón obrazovky. V praxi to znamená živější obraz, lepší viditelnost detailů při sportovních přenosech, výraznější efekt ve světlých místnostech i atraktivnější zážitek při hraní her nebo sledování streamovacích platforem. *„RGB televize zároveň cílí na zákazníky, kteří chtějí prémiový obraz a velké úhlopříčky, ale zároveň hledají vyšší jas než u OLED modelů. OLED si sice nadále drží pozici technologické špičky v oblasti kontrastu a podání černé, RGB ale otevírá nový segment, který může výrazně promluvit do budoucího vývoje televizního trhu,“* **upřesňuje Krátký.**

Budoucnost? Ještě větší obrazovky a více umělé inteligence

V následujících letech lze předpokládat další růst velkých úhlopříček a výraznější důraz na kvalitu obrazu i zvuku. Dále pak využití umělé inteligence, která bude v reálném čase upravovat obraz, zlepšovat detaily a přizpůsobovat zvuk konkrétnímu obsahu. Výrobci zároveň tlačí na vyšší jas, lepší kontrast a ekologičtější řešení zahrnující úspornější provoz i recyklovatelné materiály. Televize se tak ještě více posune do role centrálního prvku moderní domácnosti, který propojuje zábavu, obsah i

chytré technologie do jednoho celku. *„Televize dnes plní mnohem širší roli než dříve. Stává se centrem domácí digitální zábavy a zákazníci při výběru stále více sledují technologickou úroveň i celkový uživatelský zážitek,“* **uzavírá Krátký.**

[1] https://apms.cz/internet-dale-posiluje-jako-hlavni-zdroj-sledovani-videoobsahu/

[2] *Zdroj dat: ATO, živě+TS0-3 + BS*

[3] https://www.ato.cz/2025/televize-2024-silna-pozice-v-digitalnim-veku-a-vyjimecne-vysledky-sledovanosti/

[4] průzkum NMS Market Research pro Asociaci provozovatelů mobilních sítí (APMS)

https://www.datart.cz/novinky/tiskove-zpravy/televize-jako-centrum-domaci-zabavy