

《2011彩电业,大势去向何方?》
系列报道之二



各式操作系统的植入让手机的智能化越发魅力难挡,其中Android操作系统更是为手机达人们熟知,2011年的春季,Android操作系统又一再地出现在了各大彩电品牌的新品发布会上,创维、TCL、康佳、长虹等国内彩电厂家集体推出基于Android操作系统的智能电视,其实早在年初的CES消费电子展上全球彩电巨头对智能电视就已开始高调推广,这不仅充分显示了家电业与IT圈的融合更加紧密,更表明了一场新的变革正在像模像样地在TV界进行。

搭载Android 彩电业IT化势不可挡

国产彩电 纷纷发布智能新品

2010年9月,海信就推出了国内首款智能电视,它采用海信自主研发的HiTV-OS智能操作系统,可通过自建开发平台和软件应用商店的模式实现各种应用软件的上传和下载,为用户提供更丰富的体验,用户可以随心所欲打造自己的“个性化”电视。2011年3月的彩电圈和Android较上劲了。3月23日,互联网电视的领军品牌TCL推出了基于Android+操作系统的量产超级智能互联网电视新品;3月29日,创维宣布推出搭载“Android”操作系统的新一代酷开智能3D电视;长虹推出全高清智能3D电视,并采用Android智能多元化开放式操作系统;3月31日,康佳也推出基于Android系统的智网锐智能健康3D新品。如此密集的新品发布,不得不承认我国彩电企业也正向“智能化”转型,电视智能化是2011年彩电圈的大势所趋。

所谓智能电视就是互联网电视的升级版,从被动看电视转变为主动用电视,彩电行业将走进“三屏合一”时代,其搭载的应用技术将实现从“看电视”到“玩电视”的转变、从单向传输向双向互动的转变、从单一的产品销售向综合的内容运营转变。

业内专家 如何界定智能电视?

与之前的互联网电视相比,真正的智能电视究竟有什么不

同?业内专家称,智能电视的三大关键在于智能平台、智能应用和智能操控。智能平台,比如具备多元化开放式操作系统Android,可实现良好的人机交互。

智能应用指软硬件可同时升级,实现新功能或增值服务,这也是智能电视区别于其他功能型电视的重要特征,过去以网络功能为核心卖点的互联网电视之所以无法取得最终的成功,其一大原因就是不具备自主研发的开放式应用平台。如今,百视通与康佳建立战略合作,成为彩电行业唯一可提供全程免费在线3D服务的电视品牌;创维也将同步推出在线应用商店,酷开网作为创维电视自主门户网站,将根据电视用户的使用习惯和需求,不断地开发或者移植Android应用程序。

此外智能操控也是智能电视与传统网络电视的重要区别,网络电视仅具备基本的操作界面,配有简单软件系统,用户还是受到了很大的操作局限性。

智能电视 会重蹈互联网电视覆辙吗?

在厂家们的热情背后,国内市场的现状却让不少业内人士对智能电视的前景表示担忧。据了解,互联网电视在2010年5月陷入国家广播电影电视总局监管禁令之后便一蹶不振,而作为其升级产品的智能电视,基于Android或者Windows平台,内容更加开放和丰富,会不会重蹈互联网电视的覆辙?

不可否认,预言基于An-

droid系统的智能电视成功还为时尚早,在采访中彩电品牌纷纷表示,Android系统是针对移动端终端推出的,怎样让其更符合电视的产品形态还需要进一步改动和完善,还需要有针对电视这种大屏幕产品的海量应用程序的支持。

此外,智能电视的发展无法回避国家内容监管和不同网络间壁垒的难题。处于广电总局、互联网等各部门盘根错节的监管之中,何时能够打破目前各部门之间的壁垒限制,似乎仍遥遥无期缺少方案。

竞争模式

由“硬件”向“硬件+内容+服务”转变

从竞争模式来看,智能电视的出现会让彩电业竞争由“硬件”向“硬件+内容+服务”转变。彩电智能化时代到来之后,商业模式将不再是原来卖硬件时候的“一手交钱一手交货”,随之会产生大量的售后服务问题,要考虑与内容提供商的分成等等,还要有能平衡各方利益的运营模式。

据中国电子商会发布的《2010年智能电视消费者市场发展状况调研报告》显示,未来一年内打算购买平板电视的消费者中,64%对智能电视有认知度,但打算购买智能电视的却只有17%,高认知度和低购买预期之间的反差,说明消费者对智能电视消费仍处于观望状态。

快报记者 王翌羽



联想乐Pad修炼中国功夫 体验才是硬道理!

3月28日,联想首款平板电脑、新一代移动互联网终端——乐Pad正式推向中国市场。乐Pad针对中国用户的使用习惯和需求量身定做,以丰富实用的预装应用、本地化设计以及对3G网络制式和视频格式的超级兼容赢得了用户的青睐。在很多品牌纷纷推出自己平板电脑的今天,究竟什么样的Pad最受欢迎呢?乐Pad细数六招真功夫,值不值?体验说了算!

功夫一:预装到位,丰富、易用、实用的应用软件

平板电脑最吸引人的就在于丰富的应用软件了,乐Pad上预装了近50款最受中国用户喜爱的热门应用软件。无论是植物大战僵尸、愤怒的小鸟,还是切水果或QQ斗地主,这些好玩的游戏都被预装在乐Pad上。另外,不管你是微博控或淘宝控,喜欢听歌还是热衷炒股,乐Pad也都预装好了相应的应用软件。

功夫二:酷爽大屏,全方位极致感官体验

乐Pad拥有10.1英寸超大触摸屏,采用16:10的宽屏比例,分辨率高达1280×800像素。这不但让多点触控的乐趣得到了淋漓尽致体现,而且能让用户感受到极致的影音体验。乐Pad完美支持Flash10.1Full,而且全面兼容常见的视频格式,无需转换即可播放RMVB、WMA、MKV、AVI等各种视频。

功夫三:全面汉化,专为中国用户打造的易用体验

作为“最适合中国人的

Pad”,联想乐Pad针对中国用户使用特点全面优化了乐OS操作系统、“四叶草”界面等设计。输入法方面,采用全面汉化设计,便捷的手写输入法支持手写整句式输入。为让用户感受更加便捷、多彩的移动互联网体验,乐Pad还对用户关注的股票、新闻、视频、天气、邮件、音乐等资讯进行实时推送。

功夫四:“变形金刚”,“一机两用”的Hybrid混合双模式

“一机两用”的Hybrid混合双模式是乐Pad最具创新性的地方,它能让你乐Pad化身“变形金刚”:当你单独使用时,仅重760克的乐Pad是一台小巧而功能强大的平板电脑;当你接上U1的Base底座时,就能变成一台性能强劲的笔记本电脑。

功夫五:无限互联 支持两种3G制式和WiFi

乐Pad在3G网络制式方面也超级兼容,能自动识别并支持中国联通或中国电信3G通信模式,让你畅游3G网络。同时也可以插入中国移动的SIM卡,使用其Edge网络连接互联网。无需剪裁的全尺寸SIM卡槽设计也更符合中国用户使用习惯。

功夫六:贴心设计 用户至上的细节体验

乐Pad整体厚度仅为12.9毫米,像一本薄薄的杂志可以轻松放进包里随身携带。有红、白、黑、棕四种颜色可选,其中曼特宁黑和玛奇朵棕这两种颜色的乐Pad背面采用皮革材质,流畅的皮革纹理设计手感极佳。

格兰仕生活电器发布“冠军群战略”

日前,格兰仕全面整合所有生活电器产销资源,重组成新型产业集群,打造生活电器“冠军群”。

所谓“冠军群战略”规划,就是到“十二五”结束时,格兰仕将在电烤箱、电水壶、电开水瓶、芽王煲、电磁炉、电饭煲、电压力锅7个品类上实现“冠军群”。这是格兰仕继微波炉成为世界冠军之后,在生活电器领域全面发力中国市场,启动夺冠行动。“生活电器产业集群成立以后,将立即推出‘升级版的

积极进攻战略’,在完成整条产业链的产品研发、原料采购、生产仓储、销售推广等众多环节的垂直整合和优化后,格兰仕生活电器的进攻能力将大幅提升。”新任格兰仕生活电器产业集群总裁邹能基表示。在营销模式上,格兰仕同样秉承长期以来积极主动的“强悍进攻”战略,并且引入了类似宝洁的“重点突破”策略,也就是在各种新产品系列中,选择重点产品单独重点推广。快报记者 沙辰



现代快报

服务你我他 爱心在身边

现代快报大型系列社区行活动之走进天津新村社区

主 办: 现代快报社钟晓敏爱心工作室 现代快报社数码家电事业部
协 办: 天津新村社区 南京天脉广告
品牌支持: 国美电器 海尔工贸 帅康电器 (排名不分先后)

欢迎更多品牌参与, 参与热线 84783655 13585200988