



彩电品牌对智能电视的推广已有些时日,但2012年1月在美国消费电子展上IT知名品牌联想发布了首款智能电视ideatv,这标志着联想集团正式涉足电视产业,切入“客厅”,这一举动对于正在成长中的智能电视来说,着实很有看点。再看电视厂商,海信连续发布两代itv,突破性地将大屏电视嫁接到了掌中小屏。无论是IT厂商还是彩电厂商,智能电视成了它们在2012年的交集,电视智能化已势不可挡,而智能电视也理所当然地成了2012年e圈里最抢手的香饽饽。

□快报记者 王翌羽



联想切入“客厅”,海信走进“掌中” 智能电视成e圈抢手香饽饽

传统电视娱乐功能单一 智能化势在必行

在智能手机和平板电脑的信息功能娱乐功能不断升级的今天,传统电视作为家庭娱乐中心,其娱乐功能已愈发显得单一,根本无法满足当下家庭娱乐的实际需求。尽管国内各大彩电品牌一直致力于开发电视的娱乐应用,但始终无法解决两大难题,一是存储,二是更新。所以,将IT产品的智能化嫁接到电视产品,是目前各大彩电厂商的必然选择。

正如联想董事长兼CEO杨元庆在发布会上所说的,个人电脑的概念已经延伸到智能电视、平板电脑、智能手机等领域,在四屏融合的趋势下,智能电视拥有着非常广阔的市场空间,智能电视作为联想拓展的第四块用户屏幕,重要性与前三者相等。

同时,海信借itv的亮相,试图“重新定义”并改写彩电业:一是“瘦终端”,即电视内容与收看工具彻底分化,电视终端进一步被“泛化”,即有屏幕的地方都将具备电视功能,“电视机”的概念将日趋淡化;二是“云后台”,支撑终端的运营模式将对传统电视形成彻底颠覆,随着个人智能电视遥控器等功能带来的操作方式变化,



将为海信后台增值服务带来流量猛增,海信在围绕“客户端”展开的商业模式将大有可为。

IT厂商VS彩电厂商 谁比谁更难?

进军智能电视领域,对联想这样的IT厂商来说,乐phone以及乐pad的推广已经为联想成熟的智能化技术、丰富的软件应用打下了坚实基础;而对于海信这样的成熟彩电厂商来说,拿手的则是多年积累的电视硬件研发与运用以及驾轻就熟的市场营销策略,两个领域做同样一件事情,各有各的短板,究竟谁比谁更难?以联想为代表的IT厂商——

杨元庆坦言,智能电视取代传统电视将是一个必然的趋势,联想进入这个领域后,将不可避免会与传统电视厂商产生竞争,联想的智能电视更像一个大屏幕的电脑,我们在按照电脑的思路进行智能电视开发,这是联想具备优势的地方。联想智能电视的发布,标志联想“个人云”战略布局已经完成,基于乐云服务以及乐园应用商店,将各终端融合,为用户带来便捷的个人信息管理以及全面的社交网络支持。

然而在采访中,不少家电圈相关专业人士则表示,从智能性的开发以及软件应用的开发上来讲,联想与彩电厂商相比的确有明显的优势,但联想智能电视作为“电视产品”这个身份进入市场,无论是电视硬件的开发还是电视产品的市场营销策略,都是一次新的尝试,而在这方面,彩电厂商成熟的市场覆盖以及市场营销手段则优势明显。

以海信为代表的彩电厂商——连续推出二代跨界产品

TV+PAD的itv,对此,海信南京分公司总经理何先进表示,尽管从电视产品的发展看,智能化的发展趋势已勿容置疑,但智能化也是建立在产品的前提下,比如产品的品牌、技术积累、工业设计等,而海信作为专业的电视机生产厂商,在电视领域积累的优势是联想所暂时不具备的。记者从海信南京分公司市场部了解到,目前海信itv不仅在家电连锁卖场的3C柜台有售,同时在专业IT卖场也有售,而在家电连锁卖场的海信电视专柜,记者更看到了“以大带小”的销售模式,itv已成为海信销售人员在演示海信智能电视时的最佳载体,并且推出55英寸大屏电视送itv的销售方式,对于itv这款集TV和PAD特征于一身的跨界产品,海信依旧立足TV进行推广,这无疑降低了itv占领市场的难度。对此,海信何总表示,IT厂商推广电视产品,渠道问题、规模经济都是不容忽视的问题,电视行业是讲究规模经济的行业,同时IT产品的销售渠道也比家电产品要单一得多。

但不得不承认,海信在智能化方面的研发还存在一定差距,因此海信在发展开源性产品的同时也在积极地构建自身的操作系统,海信应用商店的发展将构建其海信独特的智能化优势。

普及智能电视 时机成熟了吗?

IT厂商、彩电厂商对智能电视的大力推广能否得到消费者的积极响应,普及智能电视时机成熟了吗?

对此,海信何总表示,智能电视的普及需要两个环境的成熟作为前提,首当其冲的当然

是网络畅通环境,这与各大运营商的支撑密切相关,三网融合的推进更是有利于智能电视的实际推广,第二就是安置家中的设备连接环境,手机、个人电脑、平板电脑到电视,四屏能否畅通连接,满足各种观看需求。

此外,直接将智能手机操作系统、软件应用嫁接到电视,出现“水土不服”,对于彩电厂商来说,如何不断丰富软件应用、构建适应电视的操作系统更是任重而道远。

业内人士表示,未来五六年产品方面重要的竞争热点将是智能电视,其发展有两个焦点:在软件、芯片硬件层面美国公司占优势,而终端硬件方面,日本、韩国和中国厂商占据了主要市场。这两大领域未来的竞争也将会很激烈。

目前谷歌Android系统和苹果iOS系统在智能电视上的竞争将全面展开,除这两种系统外还有一些彩电企业自己研发的操作系统,例如康佳的OMI系统,还有一些双智能系统的电视等。但是目前市场主流的操作系统还是Android系统,包括联想乐TV在全球首次使用了Android 4.0系统,苹果电视据传4月份将会上市,只能到那时候才能看到iOS系统的智能电视会给我们带来什么样的惊喜。

影响智能电视的还有内容,国内现有的七张IPTV牌照几乎全部集中在省级电视台手中。TCL、LG、长虹结盟了杭州华数;海信、清华同方与中国网络电视台合作;联想、夏普、康佳则与上海百视通合作。“中国智能电视的发展不是技术和市场问题而是内容。”家电行业人士陆刃波指出,智能电视的发展受政策影响是最大的,但这不是彩电企业能解决的。

联想家庭云中心撼世登临 家庭云时代就此启幕



2011年11月29日,联想集团“个人云”战略发布方兴未艾,作为“个人云”战略中重要一环的联想“家庭云”便澎湃来袭。2011年12月28日,联想于北京全球首发家庭云中心,旨在全面构建家庭云生活生态圈,打造“智能关联,无线分享”的家庭云生活,引领消费者全面步入家庭云时代。2012年1月6日,“联想家庭云中心”品鉴会在南京闪亮登场,让古都金陵也抢先体验到了移动互联网时代的的神奇魅力。

“家庭云”是联想“个人云”战略在家庭网络环境下的表现形态,是指个人内容在家庭中实现跨用户跨设备的互联和分享,它是未来“个人云”普及的桥梁。在联想布局的“家庭云”生态中,联想一体台式机凭借强大的互通能力、计算能力和存储能力,当仁不让地肩负起家庭云中心这一角色,成为连接Pad/Phone/TV等家庭终端的“管理者”及“集成者”。

与传统一体台式机相比,联想家庭云中心不再只是单纯的终端设备,在完美继承联想一体台式机澎湃至强性能、真3D惊艳视效、True TV高清电视、完美触控体验及海量触控应用等全能表现的基础上,更是革命性地担当起家庭多种智能设备的互通中心、数据中心及运算中心。联想家庭云中心为消费者带来了全新的家庭云体验,让智能设备之间“互联互通”的家庭云生活变成现实。

通过与家中多种移动终端的互联互通,联想家庭云中心实现了个人内容在家庭网络环境的无线关联共享,从此Phone和Pad上的内容,随时可以通过家庭云中心无线分享到电视上,并实现远程控制。

凭借最高多达2TB的海量存储空间化身数据中心,Pad、Phone中的各种文件都可以无线存储、备份到AIO里,并且还可以随时无线调用!从此无需面对多种移动智能终端分散存放、容量掣肘的尴尬,万千精彩,齐聚一身!

联想家庭云中心凭借其强悍的全新英特尔Sandy Bridge平台处理器以及GT 555M至强显卡,完美支持多线程任务调用,实现了家庭云中各智能终端之间的高效运行。从此既不耽误老婆畅享高清催泪韩剧,更不耽误自己在魔兽世界中的征程,鱼和熊掌自此兼得!

作为家庭云生活的缔造者和引领者,联想凭借家庭云中心的上市,再度引领一体台式机行业变革新趋势,进一步稳固了其在一体台式机市场的霸主地位,对消费者而言,精彩纷呈的家庭云时代,就此正式启幕!



在春天, 预约全年精彩!

江苏有线奉上新春多重好礼,包年订购,让您的2012有声有色、欢乐不断!

专业频道好“视”惠: 华诚频道包年享折扣

包年订购华诚三大专业频道即享83折,花十个月的钱,畅享一整年,还送丰厚礼品,云媒体电视用户更有机会赴京参观CCTV演播大厅。

龙年祥“云”龙腾: 功能产品包年超优惠

云媒体电视时移回看精品包和天气预报包,包年就送50元超市券。(云媒体电视用户专享)

畅享云媒体,收视大赢家: 点播套餐包年送好礼

七大热荐点播套餐任选其一,包年订购,即赠超市券,最高100元。

温馨提示:

- 用户可前往江苏有线各实体营业厅、拨打24小时客服热线96296或登录江苏有线南京分公司官方网站了解和订购以上产品;云媒体电视用户还可在电视营业厅在线订购,并前往营业厅领取奖品。
- 所有礼品数量有限,先到先得,赠完为止。

(截止时间:2012年4月30日)



详情请拨打客服热线: 96296 WWW.NJCATV.NET