

“智能”，无疑是2012年家电圈最高频率的关键词，在2010年互联网电视之风戛然而止之后，智能电视总算让彩电圈在2012年再度启程，这一年，从智能电视到云电视再到智能云电视，概念层出不穷，海信、长虹、创维、TCL等主流彩电厂商争论不休。2012年即将结束，2013年的智能电视将何去何从？



“智者”的选择：卖产品还是卖服务？

现状

口号声响体验欠佳

拥有智能化的操作系统(OS)被誉为是智能电视与普通液晶电视、互联网电视的最大区别。能像iphone5一样自主下载APP应用，能做到声音控制、手势控制，能做到人机交互和创新的界面，智能电视概念一经推出，着实吸引了不少消费者的目光。

然而在采访中，智能产品应用软件开发人士表示，目前整个智能电视的生态链，还远远没有智能手机成熟。常见模式是彩电厂商建立自己的应用平台，拿下载分成、广告分成等方式激励开发者，但目前智能电视应用的下载量很小。没有充足的开发来源，内容不足、粗糙，对于拥有潜在购买力的智能电视消费者来说，智能电视厂商所提供的定制化内容与应用功能服务不能满足消费者的实际需求，并不明朗。

事实上，尽管智能电视产品拥有自

主的操作系统，但智能电视在实际操作的过程中能不能做到与智能手机、个人电脑一样，以更为便利和舒适化的操作形式来使用？这对于国产智能电视厂商来说，仍然是一个巨大的挑战。

目前看来，智能电视产品陷入了两难的处境，内容与服务上拼不过个人电脑，操作便利上拼不过智能手机。

彩电品牌商纷纷表示，目前智能电视的接通率仍不尽如人意，平均激活率约27.5%，月活跃率仅为12.1%。

作为客厅的“主人”，智能电视如何避免与传统液晶电视流于“同质化”？对于已经拥有了“头脑”的智能电视来说，消费者或许更期待其能以不一样的使用形态呈现在客厅，而并不仅仅是放大版的个人电脑或仅仅是升级版有脑子的“互联网电视”。

业内

隐形成本大用户难知情

在未来国内彩电更新换代高潮背景下，智能电视产品需要面临更多的带宽成本问题。相比于被动接收的数字信号电视，智能电视接收更为自主，选择性更强，收费也更高。

然而，在消费者购买了智能电视后，随之而来的带宽成本以及带宽速度问题，在国内各大智能电视生产厂商的宣传中，极少提及。更少提及的还有与智能电视相关应用配套的外设成

本。包括TCL、康佳、创维等国内几家主要智能电视厂商旗下的智能电视产品均涵盖了诸如云控制、云游戏、云健康等不同概念服务。

但实际上，诸如电视测量体重、家庭游戏等服务均需要额外的控制设备来实现，即消费者在购买一台智能电视产品后，若要完全享受相关应用服务，还需自费购置外设设备，成本在无形中大幅攀升。

思考

卖产品还是卖服务？

经历了近2年的潜行，从非智能时代到智能时代，智能电视为国产彩电的发展带来一些机遇，销售仍存很大空间，除了潜在消费者“不感冒”，对于已经拥有了国产智能电视的消费者来说，如何提升这些用户的体验效果？怎样拉高智能电视用户的好评率？这成为2013年国产彩电厂商需要面临的共同难题。2005年前的日系彩电生产商，依靠多年的核心技术统治全球CRT和

LCD彩电市场20多年，2005年后的韩国三星电子和LG电子凭借犀利的价格攻势和迎头赶上的技术水平将日系彩电挤下神坛。未来的中国彩电企业在攀登电视巅峰的道路上是继续依靠电视产品本身来争夺领袖地位还是仿效苹果公司，借助新生的智能电视生态链，靠销售应用与服务来实现自身崛起，这将是创造一个彩电历史时代的新“抉择”。

谨记互联网电视“杯具”

2009年国内液晶电视行业进入快车道之际，国内彩电厂商逐渐分离成LED和互联网两大液晶电视发展方向，然而紧随着广电系统对互联网电视内容监管的强化，TCL互联网电视之路一下走入“死胡同”。当年选择走LED产业路线的创维和海信则迎来了

高速的发展，海信电视时下的市场领袖地位与当年的战略抉择不无关系。如今，升级版的智能电视带着操作系统(OS)，驾着“云层”(cloud)，满怀服务，高调来袭，是炒作还是革新，智能电视能否为中国彩电行业带来不一样的气息？

现代快报记者 王翌羽

2012年格力家用中央空调全国推广会南京站盛大开幕

2012年格力家用中央空调“携手共创天下家”全国交流会即将盛大开幕，本次推广交流会全国共计23个站点，持续时间约1个月。

格力一直都把“创造出改变人类生活的优质产品，造福全人类”作为最大目标，已先后推出了十大系列，1000多个品种的拥有百分之百自主知识产权，代表着行业发展水准的中央空调产品。与此同时，格力家用中央空调紧跟时代潮流，注重以人为本的设计理念，先后推出了一系列美观、简约、时尚、环保、节能、舒适、健康，符合消费者生活需求的家装产品。针对时下消费群体特点及户型特点，经过长期总结和研究，推出了四套家装空调解决方案，全面覆盖了小、中、大户型，并提出了绿色健康家居生活概念，倡导家居中央空调，中央热水、地板采暖，新风系统及家居智能控制系统一体化，

为此，经过潜心研究，推出了格力多能一体机，该机组集空调、热水和地暖功能于一体，夏天，利用空调制冷时室外的废热回收技术进行废热回收产生生活热水，ECOP高达6.6，比传统的热热水方式每年节约近2500元(按每天200L热水计算)。格力负责人表示，现在的消费者越来越注重家居装修的品位，使用的舒适性和节能性，而对于家居环境的要求，也从简单的起居饮食场所演变为舒适、时尚、健康、节能环保的家居新潮流，而这些需求，恰恰是格力家用中央空调自身具备的特点。

为祝贺格力电器三季报超771亿，净利润逆势增长超41%，格力年度千亿目标实现在即，22日前可至全省各格力专卖店、专营店、卖场专柜抢100抵1000元特惠券，22日至2013年1月3日可享受空前巨惠！

刘媛媛

云电视风暴(一):创维就是云电视

12月14日14:00 创维携手各大家电卖场共掀南京云电视风暴

云电视，这个词今年在家电行业内的出镜率高得离谱，“云电视”到底为什么会让大家行业再次掀起波澜？“云电视”有什么样的魔力让广大顾客这么关注？今天，创维为你揭开谜底！

云电视，由创维集团于2011年全球首发，全球第一款云电视E83RS创造了2011年彩电销售的奇迹，云电视成为顾客的首选，“这款电视是云电视吗？”成为每位购买彩电的顾客必问的问题。2012年4月，创维推出全球首款“健康云电视”，一时间，彩电行业的历史再次被改写，截止12月，创维集团的“健康云电视”成为全国彩电行业众品类销售冠军，风头一时无两！

创维健康云电视是指在智能电视的基础上加上云生态系统，创维的云生态系统就是SkyCloud(创维云平台)，它能为家庭成员自动分配云账户，通过数据聚合引擎和行为分析引擎实现云频道、CooFace桌面系统、云同步、云健康等云端应用与服务。通过云平台实现多种IT设备互联互通，并且保证电视硬件

无需升级，软件自动更新，永不淘汰。云电视除目前普通智能电视所拥有的网络、3D、多媒体播放等标配技术外，还同时具备了语音操作、多屏互动、手势识别、健康运动、健康测试、云频道、广告时间等未来电视技术。云电视是电视的终结者！

12月14日，创维集团总部251名员工齐聚南京，在南京掀起本年度最强云电视风暴，集团总部领导亲自坐镇，将最优惠的云电视在年终之际带给南京市民。云电视最高降价5000元，购云电视送音响，购55英寸云电视送价值2000元家庭影院，在此期间购买云电视均享受延保一年，并有免费移机、免费清洗等服务。即刻起到家电卖场预订，还可享受预存50抵100元，并送5000毫安移动充电器一台。现场转发短信更有55英寸彩电大奖等你拿。

年度最强云电视风暴12月14日14:00在南京开始！

活动地点:南京各大家电连锁卖场
活动时间:2012年12月14—16日
咨询热线:400-700-5666

源于自然，澎湃激情

西门子元·动力

siemens-home.cn

万众之力，源于自然。科技之美，源于自然。西门子“元·动力”系列家电，将自然界的澎湃激情，融入每一件产品中。无论是厨房里的燃气灶、烤箱，还是客厅里的电视机，每一件产品都凝聚着西门子的智慧和力量。西门子“元·动力”系列家电，为您提供更舒适、更便捷、更节能的生活体验。服务热线：40088-99999

[苏宁易购] 百惠一下

西门子家电 The future moving in.

三星GALAXY Note IIN719南京首销

2012年10月20日，全球移动通信领导厂商三星电子旗下GALAXY Note系列第二代产品GALAXY Note II全国首销。三星 GALAXY Note II的多任务处理功能将极大地简化用户的操作，为娱乐、创意和工作应用带来便利与高效。例如，支持在同一屏幕上快速预览多重信息的“浮窗预览”功能，让用户无需打开文件或文件夹，只要把 S Pen 的笔尖悬浮到程序图标上方，即可阅读程序中

的内容。

三星 GALAXY Note II N719是由中国电信定制的3G互联网四通道手机，它同时拥有 CDMAEV-DO、WAPI/Wi-Fi 互联网双通道和 CDMA+GSM 双网双待语音双通道，也就是说三星Galaxy Note IIN719电信版既具有EVDO/GSM双网双待功能，同时也支持中国标准的无线功能WAPI和国际WiFi标准。

现代快报记者 徐勇