

“电视盒子”的诱惑 围绕家庭娱乐的 智能争夺



“屏幕时代”造就的巨大消费市场,正在诱惑着包括传统电视、移动终端和互联网企业纷纷介入“争抢蛋糕”,尤其是电视作为家庭“最大的一块屏幕”,围绕其的争夺正在愈演愈烈。

现代快报记者 沙辰

电视互联网接入的政策瓶颈

11月14日,有“雷布斯”的雷军开发了一个“潘多拉的盒子”互联网高清机顶盒;日前,又有以软件开发著称的深圳快播科技公司宣布将于12月28日通过官网和线下渠道正式对外发售“快播大屏幕”,售价399元。然而,发布仅仅一周多的“潘多拉的盒子”,就因“系统维护”原因停止了互联网机顶盒的视频服务。业界认为,小米盒子的暂停服务,可能与因电视牌照问题被广电总局紧急叫停有关。

根据广电总局的相关规定,要想做机顶盒只能选择连接广电总局批准的互联网电视内容服务机构设立的合法内容服务平台。而目前通过广电总局验收的平台只有7家,分别是CNTV、百视通、南方传媒、华数、中国国际广播电台的CIBN、湖南广电以及中央人民广播电台的CNBN(央广广播电视台网络台)。

正因如此,乐视网与CNTV签署战略合作协议,优酷和南方传媒共同成立南广影视,都是为了规避政策的直接管辖。而海信、创维、长虹、TCL等电视企业进军智能电视领域,在视频接入的合作伙伴方面,也只有选择华数、百视通等有限的几家。可见,在智能电视领域一直呼吁解决的“接入水平过

低”的问题,其要害并非硬件的智能化程度,更多是政策管控的制约。

山寨产品业已成行成市

电视企业集体进军智能电视、网络电视,互联网企业纷纷接触智能电视机顶盒,为的就是抢占彩电——“家庭娱乐中心这块大屏”。但是,一方面是研发上市倍受制约,另一方面却是山寨大行其道。在不少地方的数码产品市场,以及网购渠道,各种山寨智能电视机顶盒比比皆是,售价从两百多元至上千元不等,价格高低差别主要看机顶盒所配置的芯片,好的芯片能看高清视频、蓝光视频,所以价格会更贵。这些机顶盒接上电视机和网络后就基本可以很流畅地观看优酷、土豆、迅雷、PPTV、乐视等众多视频网站的视频内容,高端的还可以收看许多海外电视台的电视直播,内容非常丰富,因此很是畅销。这客观上让智能电视机顶盒面临着一种尴尬的境地,要么规避监管,偷偷摸摸地做;要么公开高调,进军市场,那就难逃被扼杀的命运。

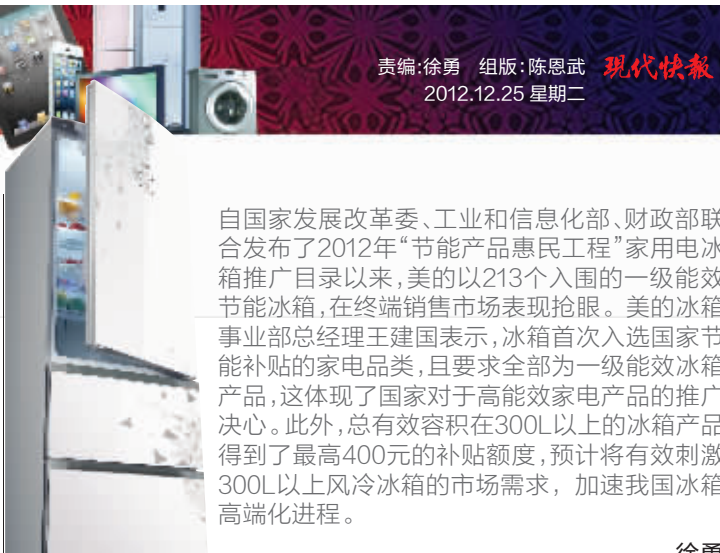
价格倒逼炒热市场预期

在智能机顶盒刚刚出现时,价格曾高达两三千,乐视互联网机顶盒售价曾经高达1980-2980元。但

现在,各种山寨智能电视机顶盒、山寨智能电视棒不仅开始搭载安卓4.0系统,未来还可持续更新版本。记者在淘宝上搜索,以“USB电视盒”“智能电视盒”“安卓电视盒”等字眼做主打的同类型产品有近3000款,价格从60元左右至千元不等,有的称其产品为绝对“行货”,有的则以高清作为卖点。

价格拉低和功能的差异,实际上是带动了市场需求,包括乐视也将价位下调3/4,推出售价399元的云视频智能盒子C1,并进行0元购机加付399元,就可享受第一年乐视网TV版独家内容,第二年用户可自主选择是否付费观看。乐视认为,“借低价、免费培养用户是促进市场发展的最有效方法,厂商此举将刺激行业发展,并对今后后局的互联网企业定下价格区间”。显然,这种帮助市场培养用户,进一步促进市场发展的策略,也许将最终打开政策管控的障碍。

相关数据显示,目前中国家庭彩电存量为5.35亿台,其中带有HDMI(高清多媒体接口)接口的平板电视占比31%,这就意味着互联网电视机顶盒的市场具有1.65亿台的容量。目前,广电系、电信和互联网企业都试图抢食该领域,甚至连终端厂商也进军盒子市场,但政策的不明朗只会让企业坐失市场机遇。



自国家发展改革委、工业和信息化部、财政部联合发布了2012年“节能产品惠民工程”家用电冰箱推广目录以来,美的以213个入围的一级能效节能冰箱,在终端销售市场表现抢眼。美的冰箱事业部总经理王建国表示,冰箱首次入选国家节能补贴的家电品类,且要求全部为一级能效冰箱产品,这体现了国家对于高能效家电产品的推广决心。此外,总有效容积在300L以上的冰箱产品得到了最高400元的补贴额度,预计将有效刺激300L以上风冷冰箱的市场需求,加速我国冰箱高端化进程。

徐勇

节能补贴加速高端升级 美的冰箱引领“节能春天”

美的冰箱技术创新引领市场

根据高效节能家用电冰箱推广实施细则规定,此次符合国家节能补贴标准的家用电冰箱,为能效一级的电机驱动压缩式家用电冰箱,补贴标准为70元-400元/台。同时细则要求入围冰箱推广企业的年销售量要在10万台以上。

中国家电协会秘书长徐东生分析认为,此次补贴政策将直接促进高效节能家电产品结构升级,推动行业走“环境友好型”发展道路。预计那些技术实力强、市场领先的家电厂家将赢得更多市场机会,并不断促进研发更多符合高能效标准的技术和产品。自2002年进入冰箱领域,美的冰箱仅用十年时间即完成从“市场新军”到“行业领导者”的跨越。目前,美的冰箱拥有最专业的“冰箱压缩机-冰箱整体制造”产业链,中高端产品销售额比重已提至30%以上。

专利数量最能反映一个企业的技术实力。2011年,美的冰箱事业部新申请各类专利1119件,同比增长427%;其中发明专利申请485件,国际专利申请42件。

目前,美的已建立全球人才队伍,仅从韩国引进高端技术人才就超过10人。产品通过美国UL安全认证、欧洲节能之星认证、TUV质

量认证等多项国际权威认证,和伊莱克斯、惠尔浦等国际知名企业达成深度合作,为产品实现国际销售奠定良好基础。

美的冰箱高端化转型抢先机

目前,我国冰箱市场高端化转型趋势明显。国家信息中心日前发布的《冰箱市场白皮书》显示,2012年的一季度三门以上和对开门冰箱销售量比例达到45.41%,并预测今年我国节能高端冰箱的比例将继续加大,三门以上产品将占销售量的比例可能超过50%。

王建国表示,“美的冰箱早在2010年年底便一举推出凡帝罗意式三门冰箱、凡帝罗法式冰箱、凡帝罗对开门冰箱、凡帝罗欧式6F全能冰箱等四大系列近20款高端新品,由此完成了在高端冰箱市场的全面布局。在此次美的冰箱入围产品中,每天耗电量仅0.88度的对开门冰箱(BCD-550WKGP),是550L容积段的产品中最节能的对开门冰箱。”此外,美的强势推出的凡帝罗意式三门冰箱,作为三门冰箱的代表性产品,美的通过重新定义三门冰箱的产品使用标准——最简单的开关动作、最方便的保鲜功能、最简洁的外观设计,完成了从产品市场普及到产品功能定调的系统布局。

电视智能应用将超手机

12月17日,“2012年中国平板电视市场发展高层论坛”在北京举行,本届论坛主题为“多彩智能生活、应用主导未来”,论坛预测,未来彩电智能应用将超过智能手机。当前,手机的智能应用被完美复制到电视领域,使电视这件拥有一百多年历史的古老产品重新焕发出磅礴生机。目前,海信、TCL、创维、长虹、康佳等一批远见卓识的彩电企业已经意识到应用对智能电视的重要性,并开始着

重开发智能电视的个性化应用。其中海信首推360电视卫士,开启智能应用新征程,并建立了自己的智能电视应用开发平台,举办智能应用开发大赛;长虹、TCL合作成立欢网,推出欢网商城,拥有美食、电子票务、在线游戏、社区服务、电子商务等等,吃喝玩乐应有尽有;康佳推出在线支付系统和应用服务,水电费用遥控器直接支付。

现代快报记者 沙辰



iPhone 5 精彩体验 超越期待

只在沃3G 21Mb/s 高速网络

联通版iPhone5四大优势

网速快

21.6Mbps畅流网速
完美体验

漫游广

247个国家,
550个运营商无缝漫游

保值好

直通4G 无需换机

真优惠

可享0元合约价

2大方式可享0元合约价

★凭江苏银行借记卡闲置资金担保购机,办理“沃联赢”业务,手机0元得,利息照常拿

★用信用卡购iPhone5合约,可享0首付、0利息、0手续费

支持银行: 招商银行 中国工商银行 招商银行 中国建设银行 中国农业银行 中国工商银行

上网快 就选沃

运营商工作人员或10010, www.10010.com 10010