

商业消费

成长
悦生活

责编:王翌羽 组版:陈恩武



互联网企业进军电视 “鲶鱼”角色激活传统彩电圈

2013年5月7日,乐视网宣布,联合夏普、美国高通公司、富士康和播控平台合作方CNTV,正式推出60英寸、4核1.7GHz智能电视——乐视TV超级电视X60以及普及型产品S40。这两款产品的售价约为目前国内同类型产品售价的一半,分别为6999元和1999元,6月下旬将正式发售正机。由此,乐视网成为国内首家正式推出自有品牌电视的互联网公司。

2013年9月3日,爱奇艺联手TCL正式发布电视硬件产品“TV+”,包括定价为4567元和2999元的尊爵版和经典版两个版本,与乐视网超级电视形成正面竞争。

2013年9月5日,小米公司发布第三代小米手机,同时发布了定价为2999元的小米电视,这标志着小米公司正式进军智能电视领域。据了解,小米电视采用47英寸LG/三星1080p高清屏,配备高通8064四核1.5GHz处理芯片,是一台“电视机+小米盒子+安卓游戏机”的组合。

乐视TV、小米TV爆炒低价概念电视,但作为跨界者,IT界理想主义者联想事实上比互联网企业更先一步切入实质性市场校验程序。在2012年的CES上,联想集团发布一款高端智能电视产品,正式进军智能电视领域,当年的5月联想智能电视开始批量进驻苏宁、国美以及线上的京东、苏宁易购等。

2013年9月10日,创维启动双品牌战略,其中新品牌——酷开仅限于线上销售,创维品牌则可用于线上和线下两个渠道。创维酷开品牌目前仅推出了三款电视,分别是42英寸2D青春版、3D梦想版及55英寸3D版本,其中42英寸青春版售价低至1999元。此外,产品采用了双系统模式,即同时搭载创维的天赐系统和阿里的阿里云系统。阿里将其旗下的聚划算、支付宝和水电气等应用也内置其中,打通了以往电视机薄弱的支付环节。

七天,三场发布会。和爱奇艺选择同样的发布会地点,推出与小米同样价格区间的产品,创维明显是在迎战互联网企业;康佳引入CNTV、TCL引入爱奇艺、创维引入阿里巴巴,传统电视厂商谋求着摆脱电视行业内部自我评价、自我效颦的传统思维。一场传统彩电行业保卫战开始打响。

电视行业格局不比空调产业,类似格力、美的两家垄断半壁江山的品牌格局在中国电视行业并不多见。过去10年中,跨越了CRT电视时代和LCD电视时代,中国六大彩电品牌轮流坐庄,出将入相,你罢我唱。

业内有声音认为,以乐视、小米等为代表的具备IT基因的互联网企业在新兴智能电视涌起的大潮中充当了“鲶鱼”的角色,激活了电视产业的新生欲望,但从深层次而言,智能化、互联网化已是大势所趋,中国电视产业迫切需要走出旧的硬件升级商业模式,走出数十年的电视圈内部竞争模式,以更为开放、开阔的姿态输入新鲜血液。

来源:腾讯网 家电网

你家的饮用水安全吗?

2013年6月5日,环境保护部发布《2012中国环境状况公报》,公报中明确指出,全国水环境质量不容乐观。长江和浙闽片河流水质良好,黄河、松花江、淮河和辽河为轻度污染,海河为中度污染。

2013年6月25日,通过中国疾控中心首次证实了癌症高发与水污染的直接关系。

本报商业记者通过网络、街访等方式,对50位南京市民做了采访,由于“黄浦江死猪”等事件不断曝光,100%的消费者都表示,格外关注饮水安全。可是,我们的饮用水安全吗?

B19

支招2014传媒艺考 9月15日讲座增加一场

9月15日,现代快报主办的“2014江苏高考形势分析及应对策略讲座”将邀请江苏省考试研究会资深招考专家为您解读。首场讲座报名已满,由于不断有家长打电话来咨询传媒艺考,经过多方协调,主办方在当天下午又特别增加了一场讲座,目前还余少量名额,有兴趣的家长 and 考生尽快拨打96060预订入场券。

B22

抹布女的春天

贴上“好媳妇”标签的海清,率真地转型了,一部《抹布女也有春天》再次让众多粉丝尖叫了。

爱得无怨无悔、为了爱情宁愿牺牲自己的事业和青春、全心全意帮助爱人成功最后却被抛弃的这群抹布女们,身边并不少,海清却将本该充满悲剧色彩的抹布女活出了明媚,有了自己的春天。本期悦生活编辑部特别奉献《抹布女的春天》专辑,告诉你抹布女如何自救遇见春天。

B28

