

一边黯然退出 一边新品频出

拼的就是技术
智能电视未来仍唱主角

3月31日,小米官方正式发布55英寸小米电视新品。这款命名为“小米电视2 55英寸家庭影院版”的是一款55英寸真4K超高清液晶电视,官方价格为4999元。

而在不久之前,四川长虹也正式对外发布了长虹CHiQ二代电视。在发布会上,长虹宣称这是在家电界首推创新的“双芯”技术,是全球第一台移动互联电视。

群雄逐鹿的智能电视市场,有人欢喜有人忧。日前,原联想中国区智能电视事业部总经理任中伟已经离职,据说联想智能电视团队也相继有多人离职。联想电视的败走麦城,引发了业内对智能电视的讨论:智能电视是否应该是生产厂商的重心?

中国电子商会副秘书长陆刃波对此表示,未来电视将是智能电视的天下。一家厂商的业务调整,并不能扭转智能电视的发展趋势。

现代快报记者 王立航



销售层面

生产层面

业内观点

线上线下 满眼尽是智能电视

近日,记者来到新街口多家家电卖场。在彩电区域记者注意到,智能电视占了大部分的展区。“智能电视已经是主流产品,可以连接到互联网,观看电影、电视、综艺节目等,受到消费者的欢迎。”某品牌电视工作人员告诉记者,普通的功能性电视不仅机型和销量减少,而且价格便宜。“价格便宜并不能带来销售,选择普通电视的大多是一些上了年纪的群体。智能电视已经成为销售的主力军。”该导购说。在其他品牌电视专区,记者了解的情况也如出一辙,现在已经是智能电视的天下。

某卖场导购员向记者表示,虽然电脑、手机更受现在年轻人的喜欢,可电视仍然是家用电器不可缺少的,谁家客厅里会没有电视机呢?而且智能电视越来越完善的功能,非常适合消费者的需求。

记者从一家家电卖场了解到,前几年功能性电视在卖场占比较大,但最近几年,智能电视呈现出后来者居上的态势。“智能电视出样率在9成以上,售价从三四千元到上万元不等。”卖场相关负责人说,以50英寸的机型为例,既有8000多元价位稍高些的,也有4000元左右的平民产品。如果消费者认为智能电视价格高或者使用频率低,销售员会推荐非智能电视,再加上一个智能电视盒子,也能实现智能电视的功能。

最近几年,互联网电视的崛起带动了智能电视的销售。日前,乐视TV公布了购买超级电视的用户数据,地域分布上广东、北京、江苏分列前三,有一半以上用户购买超级电视是为更换原有电视。相关数据显示,乐视电视智能终端产品“乐视TV超级电视”去年销售成绩优异,超额完成了150万台的年度销售目标。而记者在多家电商平台也看到,无论是传统电视生产商还是互联网品牌,各家都有着自己的主打智能电视产品,而销售名列前茅的也都是智能电视。

做电视的、做网络的
都来抢智能电视这块蛋糕

智能电视线上线下的热销,揭示了上游生产厂家对智能电视市场的布局 and 战略,无论是传统的电视厂商还是新兴的互联网企业都在争抢这块蛋糕。然而,谁能吸引到消费者,才能顺利进入客厅。

乐视相关负责人向记者介绍,LetvUI就是乐视电视的王牌。LetvUI是乐视基于Android系统进行优化、定制、自主开发的智能电视系统。专为智能电视大屏打造,已更新14个稳定版、60个对外发布的开发版。根据他们的统计,目前,有90%的超级电视用户更新过LetvUI,无论是开机率还是开机时长,都保持在较高的水平。从整体表现上看,超级电视均开机率达91%,日均开机时长5.87小时,超级电视体验优化及改进超过6000项。

“乐视拥有海量的正版影视,内容涵盖电影、电视剧、动漫、综艺、体育、娱乐、纪录片及乐视自制节目等,通过生态协同,用户可以在乐视TV超级电视观看这些内容。”该负责人说。此外,超级电视知道用户在看什么、知道他们喜欢看什么样的电视节目,并为之推荐相关内容。这也是很多用户选择智能电视的原因。

面对互联网电视的异军突起,老牌厂商也不甘示弱。在长虹的虹CHiQ二代电视发布会上,长虹宣布DCC(即设备连接及控制)协议,实现“M+双芯”智联技术,使二代电视可以通过移动端和电视端的多芯联动实现极速运算。在“TV芯”和“Mobile芯”共同工作状态下,信息运算、数据处理、存储、分析等各项能力大幅度提升,解决电视运行应用卡顿、延迟等现象。同时,CHiQ二代电视呈现的画面更为流畅。除此之外,CHiQ二代电视还有直播推荐、在线相册、大屏游戏等新功能,旨在吸引到更多的年轻群体。

“如果说CHiQ一代电视是让大家扔掉遥控器,那么CHiQ二代电视就是要让大家把遥控器扔得更远。”长虹集团董事长赵勇在发布会上自信满满地表示。

除此之外,几乎各个品牌都在智能电视上投入更多精力。联想的提前退场,似乎并不能说明智能电视的未来是暗淡的。

未来仍是智能电视的天下

奥维云网发布的《2014年中国彩电市场年度报告》显示,2014年智能电视渗透率为58%,比2013年增加14个百分点。同时,40英寸至59英寸电视成为销售主流,占据61%的市场份额。“电视行业整体走向‘软件+硬件+互联网’模式,出现了传统电视企业牵手房地产企业、IT企业、互联网企业等跨界行为。”奥维云网彩电事业部总经理董敏说,预计今年智能电视渗透率将达到85%。UHD产品、50英寸以上尺寸产品、智能电视都将是未来电视发展的趋势。

和董敏同样看好智能电视的,还有中国电子商会副秘书长陆刃波。他表示,就如同智能手机的发展一样,未来的电视机都将是智能电视。

目前,大家都还处在探索市场的阶段。陆刃波分析,智能电视的功能还不完善,比如操作复杂、不易上手等都是现在需要改进的问题。越来越方便简单,才应该是智能电视的客户体验。并且不单单智能电视产品本身需要改善,目前外界环境也并不完善。网络不稳定、互联网电视受到政策影响大等,这都是需要时间来解决的问题。

“电视机的本质功能是带来视听享受,所以还是需要画面、音效、色彩饱和度等方面下功夫。这才是电视机的基本属性,智能电视也是在此基础上发展的。”陆刃波说。

而奥维云网彩电事业部总经理董敏也认为,2015年的彩电行业将是“拼技术”的一年。最薄电视、激光电视、量子点电视都将会涌现出来。而曲面、OLED、广色域、轻薄也都是电视厂商将要着重考虑的。