



家电维修热线:67655517

天天都是“3·15”，“第一家电”常年开通热线电话、书信、电子信箱、微博等爆料渠道，与您全方位互动。

说出您所遭遇的真实故事，踊跃提供案例事件，我们将以最热忱的关注，力求解决之道。

## 小米进军智能电视胜算几何？

### 小米做智能电视还没成熟

智能电视被认为是未来彩电产业“确定无疑”的发展方向，白电企业、IT厂商以及家居等企业的介入，充分说明这个产业的巨大魅力。

小米真的要进军电视行业吗？从之前爆出的小米电视机壳、47英寸电视外包装等都吊起了消费者胃口，业界还有消息预测小米科技推出尺寸为47英寸的高清智能电视。同时称，小米智能电视会采用非常高端的元器件，但将会“以一个极低的价格发售”。

而此前小米公司CEO雷军表示，将会在同行反应过来之前“以最快的速度”把小米智能电视推向市场。

针对小米进军智能电视行业，家电分析师梁振鹏表示，目前小米智能电视还没生产下来，只停留在炒作阶段，最终的效果如何，目前下结论还为时过早。

梁振鹏指出，其实电视作为大件耐用品，消费者最关心的，也是考验电视厂家功力的最主要指标是画质是否清晰，质量是否耐用，售后是否及时，价格并不重要。



智能电视在给消费者快乐的同时，商家却在血拼市场。

### 小米电视面临三重生死考验

小米如果是在硬件上有所突破，那么它能超越刚刚加入电视行业的IT巨头吗？如果在电视的外观上下工夫，它能超越传统电视企业的研发吗？如果想拿出价格和传统的企业电视企业较量，那么小米电视的面板只有不花钱才有可以做到！

从目前小米进军电视领域来看，面临着重重压力。电视与手机行业不一样，TCL、海信、长虹等传统电视厂商深耕行业多年，虽然销量有所差别，但整体电视行业已经朝着相对集中和成熟的态势发展，后来者很难轻易打破既定

格局。“小米做电视难成大米”。中国家电营销委员会执行会长在其微博上直接抛出观点，电视作为客厅的终端窗口，是稀缺资源，引得联想、乐视、小米等IT企业纷纷进入，但都不可能一帆风顺。

洪仕斌认为，手机与传统家电行业相差较大，其物流配送及消费理念都存在巨大差异。面对家电业中竞争最激烈的电视行业，小米电视能否生存下去就要看其能否经受住产品、品牌、内容三重生死考验。

### 海尔发布“双网百亿”战略

7月15日，海尔在以“统帅合伙人，网络e财富”为主题的家电业盛会上，展示统帅家电八大品类200余台精品，同时发布了“双网百亿”的战略。

据了解，“双网百亿”是指通过搭建虚拟网交互，实现2014年百亿销售目标，从而将统帅电器打造成家电业“互联网时代第一定制品牌”。而统帅是海尔集团继海尔、卡萨帝之后的第三个子品牌，是海尔集团在互联网时代背景下推出的定制家电品牌，产品涉及冰箱、洗衣机、热水器、空调、冷柜、彩电、厨电等八大品类。1998年，统帅品牌作为海外行销平台出口欧洲市场，2011年，统帅以“定制家电品牌”全新定位亮相。

朱江华

辣言

### 事件：乐视电视“客厅大爆炸”

7月10日，一位ID为wskani的买家发帖称自己的乐视电视发生了爆炸，“拨打客服电话但无人接听；寻找网上在线客服，却显示已经下班”。

点评：尽管乐视官方坚决否认电视发生“爆炸”，但乐视此前在5分钟之内跟消费者进行服务，售后问题30分钟回复服务承诺显然并未兑现。



每周声音

### 电视产业发展到了关键时刻

目前，电视产业的发展已经到了关键时刻。一是“智能”带来转型速度的挑战，慢了必将被淘汰；二是从内容到硬件的“客厅大战”一触即发，胜利者将从那些真正吃透了用户需求的企业中产生。

——海信电器总经理 刘洪新

在用户的家中而不是在实验室中实际见证美的“一晚1度电”空调节能效果大行动之际。7月16日，记者带着“耳听为虚、眼见为实”的心理参加了“美的征集见证大使，在用户的家中而不是在实验室中实际见证”一晚1度电“的节能效果”测试见证活动。

郑州晚报记者 朱江华 文/图

## 8小时耗电1.03度 美的空调“一晚1度电”用户实测



美的空调工程师让用户王先生见证“一晚一度电”空调测试时的起始读数。

晚上10点多，王先生在接受采访时表示，当初买美的“一晚1度电”KFR-26GW/BP3DN1Y-KB(1)“一晚1度电”挂机空调，就是看中美的大品牌。

7月17日清晨6点整，记者再度与美的空调工作人员一起赶到王先生家，一进门王先生就高兴地说道：“真的不到1度电，这个夏天，不再为电费发愁了，这个空调买对了。”记者赶快去核实一下独立电表的读数为3.22度，耗电：1.03度。

一个晚上8小时，在面积大，热源多的情况下仅耗电1.03度。王先生表示若非亲眼所见，还真不敢相信！这个夏天空调可以放心地用，不用担心电费了。随后王先生按照实际情况填写了《用户见证表》并签字，交工作人员存档。

### 检测过程透明公正

记者随后采访了郑州美的制冷产品销售有限公司市场部总监王乐如，他表示所有测试数据均是在消费者家中实际测试所得，整个检测过程透明、真实、公正、严谨。

据悉，美的空调“一晚1度电”ECO节能科技已经通过国家专业机构检测验证，并已申请国家发明专利，并已经全部通过了国内最顶尖的四大空调检测机构的认可。

据家电大卖场的实时情况显示，“一晚1度电”系列产品的询问度与成交量逐步攀高，超过2/3的用户对于见证活动十分感兴趣。这些都预示着，在2013年夏天，美的空调“一晚1度电”必定成为一股势不可挡的潮流。

### 记者见证美的空调省电全过程

7月16日晚10点前，记者赶到郑州市凤台路香滨桂府用户为六层顶层，朝阳房间面积17平方米王先生家中，美的空调的相关工作人员为王先生的空调安装测量电表。与王先生一起记录电表读数为2.19度，之后工作人员对测试电表贴上封条，进行封存。晚上10点，在未关闭其他家用电器的情况下，工作人员准时开启了空调的ECO节能过行模式制冷，并设定8小时运转，即空调将持续运行到第二天早上6点自动关机。如此严谨的工作周期，只为了让每一个数据都是最原始、最真实的呈现。

## 打破行业瓶颈

## 海信VIDAA TV完成首次在线升级

7月17日上午9点，海信正式启动了全国范围内的VIDAA TV在线升级，这是中国智能电视第一次大规模的在线升级活动，彻底打破了传统智能电视“买回家就会过时”的现状。VIDAA在线升级将使前期购买产品的数万名用户直接受益，实时在线升级也保证了VIDAA可以随时将最新的创新成果与用户分享。

郑州晚报记者 朱江华



海信电视VIDAA TV升级

### 持续产品革新带给用户流畅观看体验

不同于传统智能电视滞后的上门升级，本次VIDAA升级采用的是OTA(over the air)在线升级方式，操作简单，升级速度快，升级文件比较小，对网络要求不高，用户只需点击“是否升级”的确认键，后台就自动完成升级过程了。

本次在线升级活动是VIDAA上市三个

月后的持续产品革新，共完成10项重大改进升级。其中最大的改变是新增了TV按键与机顶盒的绑定功能，让使用机顶盒的用户也可以享受“一键直达”的直播体验；其次是在系统优化方面，优化了因网络不稳定导致的视频播放中断问题，一个细节的改变将带给视频用户流畅的观看体验。

### 海信VIDAA TV催生商业模式转变

海信传媒网络公司副总经理高雄勇谈到：很多传统电视厂商在快速到来的智能化浪潮中并没有做好充分准备，智能系统设计采用“拿来主义”，对底层设计不熟悉，很难做到在线的更新，让整个产品系统处于封闭状态。VIDAA TV在产品系统设计、功能设计、操控方式等方面取得多达38项创新成果，这些自主创新的底层设计为VIDAA实现

在线升级打下坚实基础。今后，海信将对VIDAA每季度进行一次在线升级，让产品永不过时。

2015年，智能电视市场占有率将达90%以上，彻底成为客厅的主宰，而是否具备在线升级的能力，也将成为智能电视产业竞争的“分水岭”，“在线”模式正催生海信服务和商业模式的转变。