

# 电视企业玩跨界 谋局互联网生态链



总第264期  
主持人:朱汀华



关注“郑州晚报家电”  
获得权威家电信息

### 新闻背景

电视企业也玩“跨界”，想的和做的都很“高大上”。

10月13日，创维酷开与华为荣耀联合发布了全行业第一款无遥控器、无接口设计的55英寸创新智能新品——酷开荣耀A55智慧屏幕，这也意味着双方迈出了从移动互联网向家庭互联网里程碑的重要一步。

在这以前，康佳与优酷发布了厚度仅为1.28cm的LED电视巅峰之作康佳·优酷电视易TV slim，被誉为OTT领域本年度最具卖点和产品力的智能电视，而颇具人气的互联网动漫形象泡芙小姐作为交互元素进驻易TV slim成为一大亮点。

中国电子商会副秘书长陆刃波指出，无论是酷开荣耀A55电视，还是康佳·优酷电视易TV slim，不仅对家电产业格局或将迎来新一轮的激烈动荡，而且对消费者而言无疑都是好事。



王志国  
酷开网络科技有限公司董事长



曹士平  
康佳多媒体事业部本部总经理



陆刃波  
中国电子商会副秘书长

### 跨界发展渐成趋势

**主持人:**在“跨界”流行的当下，电视业跨界的突围开始备受业界的关注和期待，从TCL转战游戏领域到现在创维与华为、康佳与优酷的合作，是否能将低迷的电视市场再掀高潮，成为众多企业下一营销发力点。

**曹士平:**康佳与优酷土豆推出的康佳·优酷易TV slim超薄电视。采用LGD 4色4K高色域硬屏，搭载迄今为止最快最稳定的one chip芯片，领先的10核超强配置，不仅能耗更低，带来完美画质体验，同时将开辟智能电视新格局。

**王志国:**酷开荣耀A55电视搭载LG Display 55英寸原装4K IPS硬屏，内置最新一代酷开Coocaa OS系统，完全通过智能手机操控电视的功能设置与屏幕同步功能，同时，搭载华为海思最新四核CPU、八核GPU电视芯片，在一定意义上来说将开启智能电视新纪元。

**陆刃波:**不管是之前互联网企业“扎堆”电视终端的同时，还是现在传统彩电企业与华为、优酷等互联网巨头合作，反向整合内容。这表明跨界发展已经在不断地尝试着，而且渐成趋势。但如何实现有效的“多元化”管理”显得十分重要。

### 颠覆互联网电视产业格局

**主持人:**创维与华为合作，通过荣耀手机进行无线链接和操控电视，康佳与优酷合作，将互联网视频内容移植到电视上，在三网融合的大背景下，都意味着开始颠覆已有的商业模式。

**王志国:**创维和此次跨界合作发布的A55智慧屏幕，不仅展现出高超的资源与平台整合能力，而且一举颠覆了行业的想象力，除了带来全新的酷玩客厅战略，更传递出前瞻性的未来家庭愿景。这款颠覆性概念新品，于10月15日在天猫、Vmall和酷开官网首发。

**曹士平:**康佳与优酷土豆深度合作，加入了全新的优酷UI，而且升级后YIUI易抽3.0。拥有ATV、直播、视频、应用、多媒体五个界面，将用户的应用更加细分化。此外，新系统中还拥有直播播

卡，可以24小时不间断地连播优酷内容，全部视频得到了CIBN认证，保证可管可控。

**陆刃波:**随着全球互联网的快速发展，终端智能化的优势是大势所趋。智能化的电视是目标，而内容将成为电视企业产品智能化的分水岭。通过跨界的合作，可给电视企业全球的用户带来优质的影视服务。

**事件 空调零售量同比下降12.7%**  
日前，中怡康发布数据显示，2014年国庆期间(9月22日~10月5日)空调零售量同比下降12.7%，零售额同比下降16.6%。  
**点评:**空调行业首次出现近年来零售额降幅大于零售量降幅的现象。面对2500万台库存承压，空调业洗牌力度加大，二三线品牌惨遭血洗。

**事件 十一彩电销量下滑超20%**  
10月10日，中怡康发布数据显示，十一期间彩电零售额同比下降超过二成，为20.8%。  
**点评:**在互联网大潮的冲击下，传统家电成本结构的天然劣势和消费者行为的迁移，让传统家电零售电商的竞争逐渐失去优势，看来作出相应的整合和变化是有必要的。

**事件 十一冰箱零售下降15.0%**  
据中怡康零售监测数据显示，2014年十一期间(9月22~10月5日)，冰箱零售量同比下降15.0%，零售额同比下降10.3%。  
**点评:**造成十一冰箱下滑，是一二线城市消费需求日渐趋缓，房地产持续下行，刚需购买受到抑制；二是电商在双十一各种节日，甚至自造节日的促销攻势下，逐步瓜分了消费者对家电产品的购买需求，让“持币待购等十一”的情景不再出现。

## 高智商产品 定义未来家电趋势

此次入会的15款高智商家电具备互联性紧密的特征，智能电视的语音操控、手势识别、体感游戏、电视支付、多屏互动、视频点播等功能逐渐成为智能电视产品的标配，智能空调、冰箱、洗衣机等产品也纷纷加入了网络互联、互控、动态感应等功能，可根据室外温湿度变化在不同季节自动改变温度设定值的智能空调，自动进行冰箱模式切换，始终让食物保持最佳存储状态的智能冰箱，具备远程控制功能、给予用户智能设置提示的智能洗衣机等。

家电产品的智能化程度整体提升，智能家电产品具备更丰富的功能应用、更便捷的操控，更默契的人机交互的发展趋势也愈发明显。

中国电子商会副秘书长陆刃波认为，在物联网、大数据、移动设备的日益普及下，智能化已经成为家电产业不可阻挡的消费趋势。而如何加强互联网与智能设备之间的生态互联、人与智能设备之间的协同性交互以及智能产品的个性化发展，将是未来家电制造企业在智能家电发展道路上的重中之重。

## 家电产品智能化 也有高低之分

据消费电子产品信息化推进委员会发布《2014年消费电子产品智商评测报告》结果显示，TCL、海信、创维、长虹、三星共计11款彩电产品，在微信互联、网络应用功能、手势识别、语音控制、面部识别的个性化、多屏互动的协同能力等重要智能电视智商评测指标上表现优异，信息化指数均达到80分及以上。三星、美菱共计3款冰箱产品，在变频控制、冷藏关闭功能、自动制冰及取水等重要智能冰箱智商评测指标上表现优异，信息化指数均达到60分及以上。

消费电子产品信息化推进委员会秘书长李剑认为，现在的智能化家电产品都在讲语音控制、体感控制、手势识别、面部识别等具有人体感官的人机交互功能，智能家电产品已经具有人的思考行为，家电产品的智能化就像人的IQ一样，也应该有高低之分。

## 家电高智商俱乐部成立 TCL、海信、创维、长虹等入会

现阶段互联网技术与家电产品制造加速融合，智能家电产业发展快速提升。各大彩电制造企业纷纷加大智能电视领域的投入力度，推出智能电视新品，智能家电市场渗透率持续攀升，智能空调、冰箱、洗衣机、吸尘器、电饭煲以及智能空气净化器、电磁炉等智能家电开始全面占领市场。日前，国内首个衡量产品智商的“中国家电产品高智商(门萨中国)俱乐部”正式成立，TCL、海信、创维、长虹等彩电、冰箱、洗衣机，共计15款产品入会。

郑州晚报记者 朱江华

### 行业观察

**索尼只保修不召回欠缺诚意**  
如果是索尼产品质量问题，厂商应该承担的责任便不能以合格品的售后服务方式作为救济手段。而设定具体时限笼统称之为延长所有产品保修期的说法既不专业也不严肃。

**格力、小米没有可比性**  
和雷军打赌是“年度人物”的插曲，在我毫无准备的情况下。严格来说，他跟我可比性并不多。  
——格力集团董事长董明珠

**不想荣耀打上过强的标签**  
荣耀作为电商品牌，不想被打上过强性价比的烙印，这样会导致用户忠诚度会受到限制，如果未来发布高端机型，会流失只追低价高配的用户。  
——华为荣耀事业部刘江峰

### 关于利用“海尔成立30周年庆典”发送刮奖传单诈骗的声明

近日，有不法分子编造“海尔成立30周年庆典”的名义向社会公众发送刮奖传单诈骗，在此提醒：海尔集团任何单位从来没有组织“海尔成立30周年庆典”的传单刮奖活动，今后也不会组织该类活动，如您已收到诈骗刮奖传单，请不要相信，以免受骗。

感谢广大社会公众一直以来对海尔的关注与支持。  
海尔集团  
2014年10月1日