

打开电视看电影 电视厂商涉足内容



过去,消费者无论买什么品牌的电视,回家后收看到的节目都一样;如今,这样的模式即将被打破,人们打开不同品牌的电视,也许看到的是不同的内容。这种电视厂商与内容供应商合作的新模式正在兴起,合作的阵营也越来越大。

是,由于这些网站过于强势,所以消费者下载影片时需要按部收费,也就是说消费者需要持续缴费。“这种合作不具有独家排他性,其他企业很容易复制,这是该模式最大的风险。”市场研究公司GfK中国行业研究与定制服务事业部总监叶平说。

二是以创维、索尼为代表的企业,通过控股电影网站形成“内部合作”,比如创维投资与数码存储巨头朗科公司联合成立酷开网,专门为购买酷开液晶电视的顾客提供酷开网高清电影下载服务,创维拥有酷开网50%的股权。索尼也是采取与索尼旗下电影公司合作的模式。这种模式的优点在于可以掌控网络资源的话语权,但缺点是投入大量资金,而能提供的内容却比较少。

三是选择与有一定知名度的网站合作,比如AOC。据了解,作为与AOC合作的条件,捷报网拿出了其所购买的3万部正版电影中的1/3开放给“AOC捷报影院”系列的用户,并且专门开设“AOC捷报影院”频道,让“AOC捷报影院”系列液晶电视用户能够欣赏到1万部正版影视大片,AOC也通过这个频道实现对自身产品及品牌宣传的目的。

数字电视提供契机

按照国家广电总局的规划,2015年前我国将完成从模拟电视向数字电视转型的所有工作。数字时代将越来越强调电视的互动娱乐功能,这也是近一段时间许多电视厂商纷纷寻找内容供应商作为战略合作伙伴的最主要原因。

数字时代最大的特点不是节目格式发生了变化,而是用户使用习惯发生了变化。这一变化的主要表现形式就是互动,简而言之就是从“看电视”变成“玩电视、用电视”。

不过,目前的现状是模拟电视向数字电视转移的工作正在进行,即便是数字电视也只能提供最基本的互动功能,所以很多电视厂商在现有的模拟电视上添加融合内容的功能,从而达到“软硬结合”的目的。叶平表示:“数字时代,电视和网络资源的融合将是铁定的趋势。”

电视接上网线,就可以进入创维酷开网站,在后台下载海量赛事视频、网络电影、图片、音乐等内容,然后在台前尽情收看。

此外,冠捷集团自有品牌AOC电视也与影视数字分销商捷报网结成战略合作伙伴,实现了网络内容向显示终端的植入。凭借AOC全球领先的智能芯片及捷报网的海量内容平台,“AOC捷报影院”系列电视的用户可以自由观看捷报网提供的包括2008年新片在内的1万部正版影视大片,AOC电视也因此正式迈入了影院电视这一细分市场。

合作模式各不同

虽然目前已经有数十家电视厂商宣布与内容供应商开展合作,为消费者提供更多内容服务,但合作的具体模式却不尽相同。

据了解,目前电视厂商和内容供应商合作的模式主要有三种。一是以海尔、松下为代表的厂商,选择与百度、谷歌等知名门户网站搜索引擎合作。这种合作模式的优点在于,这些网站拥有丰富的电视节目资源,消费者选择余地大。但问题

巨大,同时也面临着高风险。

液晶面板生产线是TFT-LCD产业链的中游和核心,产业链的上游是配套材料和部件生产,下游是液晶显示器、液晶电视等终端成品。单单一条液晶面板生产线,没有上下游的配套,将面临成本和市场营销的双重考验。目前,上海的TFT-LCD产业链已形成雏形,尤其是TFT-LCD的上游配套基本齐全,建成了一批彩色滤光片、IC驱动、玻璃基片、PCB板生产线,这些为将来形成产业集群、产业规模和供应链优势提供了基础。

内地第一条第6代以上生产线建设花落谁家,成为当前TFT-LCD行业关注的焦点。但光建一条第6代线,远不是国内TFT-LCD行业的目标。TFT-LCD行业真正要突破瓶颈,生产线就必须不断向高世代升级,还需要形成规模效应。要扩大规模,高投入是一个难题。投资一条第5代线大约50亿元,第6代线需要200亿元,第7.5代线至少要300亿元,此次上广电集团资产重组后诞生两大平台,上海TFT-LCD行业未来的资本运作就有了基础。

徐蒙

▶ 本报记者 王耀翠报道

过去,消费者无论买什么品牌的电视,回家后收看到的节目都一样;如今,这样的模式即将被打破,人们打开不同品牌的电视,也许看到的是不同的内容。这就是电视厂商与内容供应商合作的新模式。今年以来,电视厂商与内容供应商合作的阵营越来越大,包括松下、索尼、三星、AOC、创维、海尔等在内的国内外知名电视厂商,在与内容供应商合作方面都有所动作。电视厂商与内容供应商这种软硬结合的合作方式是解决彩电整机利润日渐走低的新举措。

打开电视看电影

在今年美国国际消费电子展(CES)上,松下展示了其与谷歌合作的开发可收看视频网站YouTube上的影片的电视。这种设备与内容融合的趋势迅速在世界范围内扩展开来,家电娱乐化应用的趋势日益明显,“打开电视看电影”逐渐成为现实。

今年以来,除松下外,夏普、索尼、三星等国外电视厂商纷纷宣布与网络媒体、广电媒体、搜索引擎等内容供应商的最新合作计划,夏普的计划是推出一项让消费者可以在电视上浏览特定网络内

容的服务,带有这项服务的夏普电视售价比普通电视高出200美元左右;索尼的合作对象则是美国三大广播电视公司之一的哥伦比亚广播公司。

“软硬结合”模式同样吸引着越来越多国内厂商的关注。6月份,海尔推出平板电视与网络服务相结合的流媒体电

行业聚焦

上广电重组核心平台形成 液晶面板业或将变局

不久前,国内最大的液晶面板企业上广电集团完成重组,上广电旗下的两家公司广电电子和广电信息进行一次资产“大挪移”。

这次资产重组看似只是上广电在内部将液晶面板业务搬了个家,实际上却传递出一个信号——上海TFT-LCD行业将着手新突破。

核心平台形成

国内TFT-LCD行业并不平静。去年下半年行业开始进入景气周期,长年亏损的国内生产企业开始盈利。国内某厂商打算在安徽建设第6代液晶面板生产线。

业内人士认为,平板显示属于周期性行业,今年年末可能出现最高峰,之后震荡又将重现,届时中小尺寸液晶面板将迎来考验。如果从今年开始兴建第6代以上生产线,建设期很可能与行业低谷期吻合,当大尺寸液晶面板生产线投产,平板显示行业或将迎来新的景气周期。

在这样的行业背景下,上广电集团

的整合意味深长。经过资产重组,广电电子已成为上广电集团发展TFT-LCD业务的核心平台。广电电子完成控股广电光电子公司后,100%拥有了上广电集团第5代液晶面板生产线。据悉,上广电集团兴建高世代TFT-LCD生产线的方案已经获批,计划再造一条6代以上生产线。广电电子明确主营业务定位后,这些高世代线的筹建就有了运作平台。

上海具有发展优势

目前,第6代以上高世代液晶屏生产线基本被日本、韩国和我国台湾地区企业垄断,国内3条第5代线生产的中小尺寸液晶面板只能制造电脑显示屏,其利润远不如向大尺寸平板电视供货。随着平板电视尺寸越来越大,电脑屏幕越来越宽,第5代线已跟不上需求。

为了占据产业高端,实现低端加工到先进制造的转型,兴建第6代以上的高世代生产线是国内TFT-LCD行业必须尽快跨过的一道槛。然而这个跨越并不容易,专家指出,兴建TFT-LCD高世代线,投资大、周期长、科技含量高、回报

国外品牌触“红线” 国产彩电企业炮轰外企倾销

在国产品牌看来,国外品牌真正的“撒手锏”是依靠产业链上下游打通形成的整体优势在中国进行全方位冲击,甚至涉嫌低价“倾销”,利用面板业务的巨额盈利来弥补其在平板电视业务上的亏损。

国外平板电视一波又一波的价格战,把国内彩电厂商逼到溃败的边缘。“从整体战略上我们进入了国外品牌设计的圈套”,“国外企业的目标就是通过持续的倾销来打垮中国的彩电行业”,创维、长虹等国内彩电厂商高管表示。

国内彩电业中“圈套”

“过去几年我们在策略上犯了错误。首先是2004-2005年内耗式的价格战使国产品牌失去了后劲;其次是2006年后我们片面强调要做好产品和服务来迎接国外品牌的挑战,甚至寄希望于国内平板电视上游产业链的起步。然而,从整体战略上,我们进入了国外品牌设计的圈套。”长虹多媒体产业公司董事长郭德轩对国产品牌的市场份额下跌作如此解释。在郭德轩看来,国外平板电视在中国

市场真正发力是从2006年开始的。

在国外品牌发力前,国产品牌是中国市场价格战的主角,而且占据超过75%的市场份额,国外平板电视表面上对中国市场采取的是有针对性的价格战及产品线的拓展,但这背后隐藏的却是其巨大的产业“阴谋”。

国外品牌已触倾销“红线”

按照WTO有关规定,在正常的贸易过程中,一国的产品以低于正常价值的价格进入另一国市场,使得另一国国内有竞争能力的产业受到损害的行为即为倾销。国外平板电视在中国采取的灵活价格策略一方面起到了抢夺市场份额的效果,同时也让刚刚起步的中国主流彩电厂商平板电视业务均出现亏损,整体份额大幅下降,从这一角度来看,倾销“红线”已经触及。

翻阅几家国外企业2007年的财务报告可以发现,这些企业的平板电视业务虽然在销售收入上取得了超过30%的增长,但其平板电视业务依然亏损。目前国外平板产品在中国的销售价已低于

其在本国、美国等地的售价。

对于国外企业的这种操作手法,创维集团副总裁杨东文认为,国外平板电视在中国的销售价格目前甚至都低于中国品牌,按照国外企业的运营成本计算这些企业都是亏损运营,他们的目标就是通过持续的倾销来打垮中国彩电厂商,他们之所以能够连续3年都这样做,源于其面板业务的巨额盈利。

中国要学会运用反倾销武器

针对日本、韩国平板电视的联合倾销和垄断上游资源的行为,东方证券分析师陈刚表示,日韩企业此前保护本土市场的做法值得中国企业学习,中国企业应该学会使用反倾销、反垄断的武器。Displaysearch深圳代表处市场总监张兵认为,中国彩电企业过去遭遇了太多的反倾销,如今受到日韩企业的实质性侵害,应该站出来搜集外资品牌联合倾销的相关证据,并向商务部等有关部门申请对国外品牌发起反倾销调查。

刘新宇

飞利浦晶晰硬屏带来运动高清体验

全世界的体育盛事——2008年北京奥运会即将到来,飞利浦逐点高清结合IPS晶晰硬屏将以更胜一筹的运动高清画面,为体育盛事带来全新视觉体验。

对于快速运动的画面,液晶电视除了要具有杰出的高清运动画面处理能力,同时也要有品质卓越的液晶屏技术来搭配。飞利浦高清100Hz和高清数码自然动感技术可大大减少运动

物体拖尾与震颤的现象,保证高速运动画面的清晰流畅。同时,IPS晶晰硬屏技术具有响应速度快、色彩还原准确、稳定性高、视角宽广、层次感强、寿命长的优点,在性能上大大优于普通液晶屏。

飞利浦今年新推出的炫动系列液晶电视普遍采用了IPS晶晰硬屏技术,并通过飞利浦特有的逐点高清优化处理技术驱动,使画面清晰锐利,带来真实生动的赛场体验。

杜雅婷

三星数码相机 出击 China P&E 2008

第十一届中国国际照相机械影像器材与技术博览会(China P&E 2008)近日在北京举办。展会现场,三星旗下的数码相机家族NV系列,i系列,L系列,S系列和GX系列产品错落有致地摆放在三星展台的醒目位置,让参观者可以零距离体验这些数码影像科技的结晶。

三星蓝调家族的主线产品NV系列占据了展区的黄金地段,完美融合时尚蓝调气息和专业拍摄性能的NV106HD成为展会明星。引领卡片相机娱乐多媒体潮流的三星i系列产品也吸引了大量的眼球,多款不同颜色方案的蓝调i100卡片机同台亮相,诠释了21世纪数码生活的时尚内涵。在单反产品区,三星GX20成为参观热点,GX20配备三



星独立生产的1460万像素高端CMOS感光元件、LiveView实时取景、多重防抖等一系列领先技术。

“imagine-perfect image”(想象—完美映像)是三星本届展会的主题,三星在虚拟的环境中带给参观者全面的试用体验和细致入微的技术演示。

柯婧

业界动态

台企4年内将获批到大陆设第6代液晶面板厂

本报讯 近日获悉,我国台湾地区将在4年之内批准本地平板生产厂商在祖国大陆建立第6代液晶显示器厂。

我国台湾地区计划在短期内批准液晶显示器生产厂商在大陆设立7英寸以下面板生产厂,并在中期批准建立第5.5代液晶显示器厂,之后将允许在大陆投资建立第6代液晶显示器厂。

新科变频空调出口逆市上扬

本报讯 今年以来,新科空调对欧美市场的出口保持上涨势头,同比实现15%以上的增长,出口产品主要为变频空调。目前,变频空调已经占据新科海外出口的半壁江山,在美国、意大利、俄罗斯、澳大利亚、东南亚等地建立了相对完善的销售网络,市场份额达到5%-6%左右。

对于新科变频空调出口欧美市场的逆市上扬,新科空调营销总经理徐良认为,主要得益于两大因素。一方面,自2001年新科空调进入欧美市场后,一直坚持以变频空调等中高端产品为主导的贴牌加自营的出口模式;另一方面,新科针对欧美市场推出的新冷媒变频空调、数码变频一拖多等产品,迎合了欧美市场消费方向的转型。新科确定今后参与海外市场竞争的主要手段是以高效能、新冷媒的产品为主导,通过提升产品的技术含量,实现产品附加值的提升。

LG电子公布最新战略计划

本报讯 近日,LG电子公布最新战略计划——成为多领域内的跨国性企业。为完成这一目标,LG电子将加大市场投资、开展业务重组、完善公司体制,并着眼全球化标准。LG电子全球CEO南镛表示:“LG电子计划在140多个国家成为最具市场潜力的国际知名品牌,LG电子希望能让用户更多地关注产品本身,而不是LG总部在哪个国家。”

LG计划在未来5年内重新整合业务,其中包括整合业务单位和部门、扩展对外并购、参与能源开发、提供企业之间的电子商务解决方案等,以实现公司成长及利润提高。同时,LG期望将获得至少10%的销售增长率,提升6%的利润率、4倍的资产周转率及20%的资本收益率。LG期望资本收益率从2007年的10%提升到2008年的15%,并在2010年达到20%。

DIRECTV和汤姆逊推出多用户三重播放系统

本报讯 日前,DIRECTV和汤姆逊公司开发出基于卫星的MFH3播放平台,并将推出新版软件进行量产。新版软件使MFH3支持的DIERECTV接收数量增加一倍,使大型物业的安装更具性价比优势,并可注入本地内容,如在系统中接入现场娱乐视频。

MFH3将DIRECTV的信号转换为IP视频信息包,传送给可支持IP的DIRECTV接收器,从而使DIRECTV的所有节目和服务的传输均使用现有的建筑内置线路。该系统不会对IPTV构成干扰,只是采用MFH3技术作为一个简单的传输平台,通过户内线路,从一个作为“私有财产”的终端设备将卫星电视和其他服务传送到每一用户的住所。另外,在支持DIRECTV标准和高清DVR接收器的同时,这一IP传输平台还将通过单一连接支持音频、互联网和交互式服务,可捆绑三重播放服务。