

跨界融合成趋势

## 豪赌背后：商业模式嬗变



小米科技董事长雷军

“请全国人民作证，五年之内，如果我们的营业额击败格力的话，董明珠董总输我一块钱就行了。”

“我告诉你，一块钱不要再说，第一，我告诉你不可能，第二，要赌不是一亿，我跟你赌10个亿。”



格力电器董事长董明珠

就这样，一个新的世纪之赌诞生了，随后迅速扩散到互联网、家电等行业，如果从营销角度来说，这足够评为年度最佳品牌营销方案了。不过在众多业内人士看来，这个世纪之赌的背后是家电业未来商业模式之赌。

新技术、新生态催生着新的商业模式，未来的商业模式具体会是怎样的形式尚难以定论，但是可以肯定的是，创新、变革一定是主旋律，封闭不前就是慢性死亡。正如日前商界传媒集团董事长刘旗辉在2013(第九届)最佳商业模式中国峰会上所说，“这是最坏的时代，每一家企业都站在悬崖的边缘。这也是最好的时代，广袤的处女地正待开垦”。

就在今年5月7日，乐视超级电视的发布一下子影响了视频、电视两个行业。乐视的独特四重盈利模式“硬件收入、广告收入、内容收入、应用分成”，一方面改变了传统彩电企业依靠硬件销售和售后服务的收费模式，而同时也让视频企业从单纯的电脑、手机、iPad扩散

到电视。而这种改变模式创新的背后则是消费者消费观点的改变以及对新需求的不断诉求。

同样也是在今年，两大传统彩电制造企业长虹、创维也上演了自我的改变。

10月，长虹重磅推出“家庭互联网”理念。长虹董事长赵勇亲自公布了筹划已久的长虹新三坐标战略。即通过各类智能化的终端，与网络化的云服务平台和相应的大数据商业模式开发，再引入协同一体化的解决方案，激活长虹原有的家电、手机、信息等各类消费电子业务。长虹基于家庭互联网的全新智能空调、智能冰箱、智能电视等智能终端将在不久后推出。以硬件为主打的长虹开始转型成为云服务和大数据商业为代表的软硬件一体化解决方案提供商。

而创维则采用了最直接的改变来回击乐视、小米、爱奇艺等互联网企业。9月，创维联合阿里巴巴发布了创维线上品牌酷开，42英寸2D青春版、3D梦想版及55英寸3D梦想版三款电视新品，售价

分别为1999元、2999元和4999元。随后在今年的“双11”创造了单日56272台的电视销售世界纪录。而不止于此，创维集团还在将传统电视向移动化、社交化、平台化等方面不断发力，而这一切都是商业模式的变革。或者正是商业模式的改变，创维日前与小米科技一同斩获了“2013年度最佳商业模式”。

以移动互联网和云计算为代表的新技术革命正在把我们带入一个高度数字化、高度互联的新时代。这一澎湃汹涌的技术浪潮不仅变革了技术行业本身，同时正在引发其他产业价值链的重构，家电行业商业模式的变化早已悄然无息地展开。

对于海尔、创维、长虹等家电巨头来说，他们不仅仅学会互联网式思考，而且早已跟上了移动互联网的步伐。只不过大企业的变革不同于快消行业的产品更换明显，而是内在的潜移默化，当大众都关注到时，他们便完成了转身。

北京商报记者 陈维

智能电视延长实体店寿命

## 家电线上线下渠道长期并存

最新数据显示，今年1-10月，北京市场网络销售额首度超过传统百货业。消息一出，就有观点认为，家电是网销渠道的主力产品，未来家电线下销售渠道将加速灭亡。不过，专家普遍认为，智能家电体验性需求增加，提升了实体店存在的必要性。

近日，还有数据显示，2013年家电市场整体规模将达到1.2万亿元，以迅猛态势发展的家电电商市场规模约为700亿元，其中大家电占比提升迅速到45.7%，厨房电器占比为33.6%，生活电器占比为20.7%。传统家电零售渠道被新兴消费手段赶超之势愈发明显。

数据一发，就有分析称，家电实体店将加速消亡。对此，奥维咨询品牌总监苏亮向北京商报记者表示，网购趋势很明显，但智能家电的出现延长了实体店的寿命。智能电视等产品需要消费者亲自到

现场对比体验才能了解产品的真正使用感受，只凭网络介绍还不够全面。

北京商报记者在中国电子商会消费电子产品调查办公室（以下简称“电子商会”）日前开展的“2013年智能电视产品消费者对比体验活动”现场也体会到了智能家电的体验为王。电子商会邀请消费者在家电卖场实地盲测国内外8个主流品牌智能电视产品。共有615位消费者参与体验并填写调查问卷。体验测评包括智能电视的基础性能、VOD视频、App应用、智能交互四个方面。依据体验结果显示，联想智能电视产品在VOD视频更新速度、多屏互动、游戏体验、关联信息推送、随时调用语音等智能化方面表现比较突出，获得了来自消费者的最高评价，成为智能体验冠军。一位参与体验的消费者直言，在彩电厂商中，联想的品牌优势并不是很明

显。但经过体验，才了解到更加人性化的体验感受和便于操作的程序设计。之前买传统的电视在网上直接下单即可，不必非到卖场体验，但现在只有体验过了，才有更合适的选择。

中国电子商会副秘书长陆刃波认为，从目前来看，随着IT企业、互联网企业的入侵，国内智能电视市场竞争将进入白热化阶段。谁能围绕用户真实需求进行创新，为用户带来更好的操作体验，谁就能从竞争中突围。联想电视是PC企业背景，这样的企业在技术研发、产品体验优化、上下游产业链整合能力和用户需求洞察等方面有优势。

而对于未来的渠道趋势，苏亮表示，线下的优势是有产品体验，更适合高端产品的销售；线上销售的劣势目前还是产品档次无法迅速提升。未来，两种渠道模式将长期共存。

北京商报记者 孙聪颖

· 信息廊 ·

## 卡萨帝推全球首台交互式冰箱

北京商报讯(记者 金朝力)近日，在国际高端家电品牌卡萨帝Casarte举办的朗度冰箱交互见面会上，卡萨帝推出全球首台交互式冰箱——朗度，这是继海尔集团天樽空调之后推出的又一款智能家电，其九大空间精细化满足家庭的保鲜需求，再创新高端家电行业高峰。

卡萨帝法式朗度冰箱作为全球首台交互式冰箱，刷新了冰箱运用“物联网技术”的智能控制方式：人们可以通过App和微信两种手段，对冰箱模式、各分区温度等进行调节，方便不同用户的个性化操控要求。成为继11月天樽空调与微信合作伙伴大会联合发布后，冰箱与微信强强联合的又一力作。在网上朗度被网友们冠以“航母级的冰箱”称号。

## 志高隆重举办20周年庆典晚会

北京商报讯(记者 孙聪颖)日前，以“志存高远20年”为主题的志高20周年庆典晚会在佛山市岭南明珠体育馆盛大举行。志高空调创始人、志高集团董事局主席李兴浩在“志存高远20年”致辞中表示，志高的成功，不仅仅是志高人努力的结果，更是消费者、合作伙伴、各级政府和社会各界朋友支持的结果。来自全国各地的80名优秀供应商、经销商、消费者及优秀干部员工被授予了“志高之星”荣誉称号。

据了解，专注于空调领域的广东志高，产品出口200多个国家和地区，年产值超百亿元，年设计产能达到1000万套，拥有精品级全产业链，全系列分体空调获得了行业惟一国家出口免验资格，节能、静音、健康和智能方面保持全球领先纪录，其推行的“零配件终身免费更换”政策至今无人跟进，其创新推出的首台变频云空调则将全球空调产业带入了智能云时代。

## 企业家倡议设立国际老板节

北京商报讯(记者 孙聪颖)众企业倡议将每年的12月23日设为“国际老板节”。日前，由文华大系统创始人刘文华提出，并由全球2000多个企业家共同向联合国发起“国际老板节”启动仪式，这些企业家倡议将每年12月23日设立为一个专属于企业家们的节日。

当企业家努力构建幸福企业、服务社会的时候，越来越多的企业家却忘记了也要照顾好自己。关注企业家、关爱企业家其实是一个全球性的话题，而这也是“国际老板节”所关注的核心。刘文华表示：“我们期望，国际老板节不仅是一个节日，同时也是一个让企业家们互相交流学习的平台。”我们倡议所有的企业家们要坚决遵守合法、正面、共赢的基本原则；执行不谈论政治、不攻击他人的行为准则；践行低调、务实、执着、海纳川穹、做到最好的企业家精神。

## 雅图发布新概念投影机

北京商报讯(记者 陈维)未来，能够同时具备看电视、玩游戏、看电影、超大屏、与移动终端互动这些功能的将不仅仅是智能电视，也有可能是投影机。日前，全球领先的投影机制造商雅图发布了新概念智能投影机，最新智能概念投影机从外观和内涵都颠覆了人们对传统投影机的印象。这是一款具有兰博基尼跑车时尚造型的投影机，带来不亚于IMAX超大影院的投影效果。

据了解，雅图新概念智能投影机的强大在于创新性地搭载了时下智能电视所有的功能和操作系统，能与多种移动设备互通，随时随地在WiFi环境下进行无线上网、下载高清影片流畅观看。雅图产品相关负责人在接受北京商报记者采访时表示，这一机器将于明天7月上市，售价在万元左右，目标就是加入超大屏客厅终端争夺战。

## 帝联荣获“2013年度最佳CDN平台奖”

北京商报讯(记者 金朝力)近日，上海帝联信息科技股份有限公司(以下简称“帝联科技”)凭借CDN先进技术与优质服务一并荣获“2013年度最佳CDN平台奖”和“2013年度最佳CDN服务奖”两项重量级大奖。

近年来随着互联网的迅猛发展，互联网不但成为信息集散地与娱乐交流的平台，IT产业的创新也已经从金融、交通、教育、汽车等传统行业着手改变，从产品形态、制造流程、营销方式等几方面进行全方位地改造，它们高效地融入与渗透并潜移默化地改变着人们的生活习惯。正所谓架构在创新，技术在渗透，产业在融合，帝联科技作为中国IDC/CDN行业的标杆企业，其全方位、细致的综合服务体系深受用户青睐。