

家电侃坛

智能市场无免费午餐

孙聪颖

近年来,中国智能电视、手机等电子产品全球市场发展势头极为迅猛。奥维咨询发布的2013年彩电市场占有率榜单中,中国企业占大头。2013年三季度,全球市场手机销售龙虎榜的前10位中,中国手机企业也能够占到半数。

盛世危言,尽管发展成绩喜人,但这些企业并不轻松。一直以来“市场培养成熟以后,安卓系统免费将终结”、“微软软件专利费用可能提高”的隐忧如影相随。日前微软收购诺基亚资产的消息更是刺痛了手机企业敏感的神经。

据了解,应对“微软提高软件收费”比“不免费安卓系统”更为紧迫。微软和诺基亚合并之后,双方都有可能提高手机专利授权费用。因为微软收购诺基亚以后,将集中力量发展Windows系统手机。业内人士认为,微软会提高安卓手机商专利授权价格,抹杀安卓系统的成本竞争力,间接提高Windows系统手机的竞争优势。事实上在收购诺基亚之前,中国手机商已经向微软支付不菲的专利费了。微软一直拥有大量的专利,虽然安卓系统是免费使用的,但是系统中使用的微软应用包括文件管理、通信管理等,依然需要向微软支付专利许可费用。

安卓系统和软件是安卓产品生存的灵魂。若加大专利使用费用,安卓产品的盈利前景就被蒙上了阴影。高速发展将戛然而止。这也是华为、中兴、酷派、小米等国产手机厂商就此案向商务部“上书”宣告反对立场的原因。

移动市场谁开放、谁免费,谁就拥有最多的合作伙伴,谁就更有可能会获得市场的青睐。因此,持有专利的公司一味依靠专利费获得利润,会阻碍软件、系统的普及和发展。

对于国内手机企业,收费和“系统和专利”像高悬的达摩克利斯之剑,让企业难以“尽欢颜”。盈利能力被上游牵制。微软给这些企业上了一课,应对未来可能的专利价格上涨,除了控诉,是否还有别的办法?能否出逃,逃出安卓、微软的股掌,当然这依靠自身产业链的完善,中国制造企业需要建立面板、系统、软件、硬件生产等完整的链条。

· 看台 ·

家电物流代收货款或迎新模式

北京商报讯(记者 金朝力)随着小家电等电子商品的流行,物流代收货款也正迎来新的销售模式。第三方支付企业汇付天下日前为上海EMS搭建了专属的同城代收货款业务平台。这套系统为上海EMS的代收货款业务开展提供了有利的技术保障和业务支持,也给小家电等经销商带来新的机遇。创新的业务模式对行业的发展也将有极大的推动作用。

汇付天下相关负责人表示,因为该平台有效解决了物流行业资金安全及流转效率等问题,实现了代收货款业务中物流、信息流、资金流的实时匹配,受到了收件人、商户、EMS的一致欢迎和好评。业内人士认为,快递物流行业的代收货款业务市场规模庞大,且随着电子商务的发展,正进入持续高成长期。

华星光电面板出货量激增

北京商报讯(记者 孙聪颖)TCL集团日前发布公司1月主要产品销量公告称,华星光电液晶玻璃基板投产达13.3万片,同比增长29.1%,面板和模组销量合计达176.2万片。

1月,华星光电液晶玻璃基板投入量达13.3万片,同比增长29.1%,实现液晶电视面板和模组产品销量合计176.2万片。2013年华星光电快速发展崛起,成为TCL集团重要利润贡献者,今年1月继续保持满产满销,延续去年良好的增长势头,业内分析师看好华星光电2014年的表现。其中,海通证券分析师表示,预计2014年在华星光电的面板产能将小幅增长,产品结构持续升级,并继续加强成本控制,净利润将保持平稳。另外,公司继续加强智能电视产品销售,智能电视销量保持良好增长,1月同比增长23.2%达41.3万台,国内市场智能电视销量占比达40.7%。

日资企业转型引模式激辩

电视市场格局洗牌在即

刚开年,日资彩电品牌便不约而同地调整彩电业务,松下、夏普未来将通过贴牌的方式生产,而索尼则分拆彩电业务以求扭亏。未来日资彩电业务何去何从,全球彩电行业格局又将发生什么变化?新格局是否会有新模式诞生?



日资企业放手彩电业务

据日本媒体报道,日本企业夏普已与美国国家零售企业百思买展开合作,向其提供三种尺寸液晶电视的品牌使用权。百思买将以“夏普”品牌销售并由代工企业生产。夏普中国投资公司公关部门负责人表示,夏普的确有与北美国家零售企业进行品牌方面的合作,但具体是哪家企业无法对外透露。

此外,日媒还称松下为重组低迷的电视业务,将与中国厂商合作,委托合作方进行大规模地贴牌生产。松下计划委托中国内地和台湾地区的厂商设计和生产,最快于2014财年在亚洲新兴市场销售松下品牌的电视。松下公关部尤楠表示,目前还没有关于此时间的决定性计划。而索尼则将电视业务分拆成独立的子公司,索尼方面相关负责人称意在集中力量发展彩电业务,以求扭亏。

三足鼎立变二强争霸

对此,家电分析师刘步尘指出,无论是夏普还是松下,若将彩电业务进行外包,则意味着对此业务的盈利预期减少。因为一般而言,若是核心业务板块都会由公司自行操盘。而对于索尼的分拆,家电分析师梁振鹏也

补充道,常规来看,分拆有利于资源的集中,尤其是公司的核心业务,不过从目前索尼的盈利状况来看,分拆则可能是放手彩电业务的前兆。

调查机构奥维咨询(AVC)日前发布的《2013年度彩电行业市场销售数据报告》显示,中国国产彩电的市场欢迎程度大大高于合资品牌,以创维为首的6家国产彩电行业巨头市场份额达78.2%,合资品牌份额为13%,互联网新进企业市场占比甚微。刘步尘指出,未来在全球市场上较为活跃的就是韩系和中国的彩电企业,中日韩三足鼎立的局面将会终结。其实从去年开始,日资企业在彩电市场就节节败退,后市继续衰败的迹象也很明显,当时就被中国国内企业视为崛起的机会。创维集团彩电事业部副总裁刘耀平曾对北京商报记者表示,日资品牌倒下后,消费者会给彩电品牌重新排位,国内企业可以趁机占领高端市场,当然还得依靠产品的实力、技术创新。

商业模式是否会被颠覆

新的格局需要新的商业模式,日前有观点称,尽管彩电行业仍然被传统品牌所把守,然而乐视等互联网企业的进入给了行业新的启示,彩电行业的商业模式需要进行颠覆。

志高空调董事长郑祖义认为,无论是黑电还是白电,整机制造占总体利润的比重日渐缩小,未来服务将,未来客户服务为志高提供了“利润长尾”,志高也将转型为服务公司。不过,业内也有反对意见,“所谓长尾理论,我个人认为还是学术观点”。创维集团中国区营销总部副总经理胡军华认为,“彩电业还没有出现新的商业模式,早在2007年创维就成立了酷开公司,开始探索内容收费的商业模式,在几年的探索中遇到很多阻力和挑战,2013年初上线的‘直通好莱坞’付费频道,截至目前收入突破4000万元,但我们仍在探索前行的路上,不能说这种模式已经获得成功”。奥维咨询常务文建平表示,对于新的产业模式,行业仍在探讨之中,目前彩电行业的思路并不过时,但要及时用互联网思维开拓新思路。

北京商报记者 孙聪颖

名词解释

前后端商业模式:业内现在所说的前后端商业模式指的就是硬件免费或者亏本卖产品给消费者,然后卖给消费者游戏和内容(前端收费),等到用户规模达成后再找广告主收费(后端收费)。

4K市场鱼龙混杂待清理门户

2013年是4K电视发展的元年,各主流彩电厂商纷纷加入战局。然而由于技术储备不足,匆忙上阵,4K市场鱼龙混杂,产品以次充好现象大肆存在。为了规范市场,行业日前出台多项4K行业标准。

中国电子标准化研究院最新发布了《超高清显示认证技术规范》、《超高清显示认证实施规则》两项权威准则。目前这是业内两项最权威的4K电视显示标准。《超高清显示认证技术规范》从功能、图像显示格式、性能等多个方面对4K超高清电视提出严格而科学的评测指标。

为了规范市场,给消费者提供消费参考,标准化研究院还针对当前市场主流4K超高清电视产品展开了认证工作。

据了解,内外资企业全部4K化后4K市场较为混乱,价格从几千元到几万元不等。有的品牌只是面板是4K的,其他后端显示技术和普通电视并无差异。有新兴互联网彩电企业的负责人坦言,4K其实并不是稀有技术,

只要采购了4K面板,交给富士康等代工企业就完全能生产出4K电视,传统彩电企业也并无技术优势可言。

实际上4K电视的生产并非如此简单,在参观企业的生产线时,有技术人员向北京商报记者表示,即使用的是同样的面板,后端引擎芯片、连接线的条数不同,显示的效果也不同,比如从电路到面板的连接线是16条,显示的就是4K×2K效果,而若是8条就是4K×1K,也就是部分4K产品。还有差异在于4K芯片是否独立于前端面板,面板一体化的芯片显示效果不及独立的。

中国电子商会副秘书长陆刃波指出,去年4K还仅仅停留在概念层面,如今随着各大彩电厂商的推动,未来4K将成为彩电产品的标配。这需要彩电企业在各个环节壮大自身实力,因为4K产品不仅只是屏幕环节的问题,还需要其他系统方面的支持。

此次,长虹首发CHiQ 4K智能电视Q1R系列产品通过了认证。长

虹方面相关负责人介绍,此次能够通过认证,除了凭借“4K无界显示”及U-MAX观影技术方面的特长外,还因为产品搭载4K晶显引擎、4K精彩色域、4K极速光控的画质系统,使得图像清晰、画质细腻。

四川长虹多媒体产业公司总经理徐明告诉北京商报记者,实现真的4K不仅需要4K面板,也需要后续专业的处理过程才能实现全程4K。为了增加4K产品的差异化优势,长虹还将产品融入IMAX高端电影放映技术及放映原理,使旗下4K电视新品不仅在显示和画质水平上有优势,同时还具备家庭影院般的影音效果。

据了解,未来经过认证的4K电视将会被张贴标识,持证上岗,消费者在选购时要仔细分辨是否经过认证,才能防止被忽悠。而中国电子标准化研究院副主任张红也建议,企业要将更多的货真价实的4K产品投放市场,才能将市场做大,有利于产业的发展。

北京商报记者 孙聪颖