

六大国产品牌汇聚申城 智慧集结 共谋行业新蓝海

2012 年 6 月 21 日，国产彩电大鳄代表——TCL、长虹、海尔、海信、创维、康佳齐刷刷亮相上海，参加由本报与上海交电家电商业行业协会联合主办的“智临天下”——2012 上海国产品牌智能电视高峰论坛，共同把脉当下国内彩电市场以及智能电视市场前景。值得一提的是，与会的六大国产厂商代表还一起为“上海智能电视推广联盟”揭牌，宣告联盟成立，以期能在这一平台上有进一步的合作交流机会。

电视曾是家庭娱乐的重要载体，如今，随着数字技术、网络技术的快速发展，人们对文化视听产品需求的多元化以及三网融合的大环境，彩电产品变革及产业转型的时代已经来临。电视机从传统的 CRT 到 LCD 液晶再到 LED 液晶，产品硬件升级从未停止过。眼下，无限量拓展电视功能的智能电视已不可逆转地成为技术创新和产品转型的主流趋势，电视产品一定会集手机+电脑的综合应用优势来满足消费者的体验和互动，用户将能够在智能电视上实现节目个性化定制、在线购物、在线支付、云服务以及语音控制等多项高度人性化的用户体验。

电视节目将从播什么看什么转变为看什么播什么；打开电视就能支付各类公用事业费用；体重、脂肪、血压等重要健康指标将能通过电视实时监控；当您累得手都抬不起来时还能通过语音控制电视播放节目。将来彩电市场的竞争中心将不再集中于传统意义上的画质和音质，而是将顺应数字时代、网络时代以及消费者个性化、多元化、便捷化的多种需求，逐步转移到高品质的硬件+软件应用+服务的综合平台之上，只有硬件软件齐步走才能在将来的彩电市场中站稳脚跟。

各大国产彩电厂商在此次市场变革浪潮中表现出了充分的前瞻性以及市场信心，自去年 8 月以来，以海尔、长虹、康佳、TCL、创维、海信为首的国产彩电厂商加大了在智能电视领域的投入力度，纷纷推出了自己的智能电视新品，并且积极投身于软件应用市场的开发和整合，希望能通过高质量的应用提升用户体验，开发属于自己的竞争“蓝海”。相比之下，过去依赖屏体优势抢占市场领先优势的合资品牌对于这一波市场行情的反应似乎慢了一拍，投放

市场的智能新品除了型号数量少于国产品牌，在用户体验方面更是显得不够人性化。

上海交电家电商业行业协会韩建华秘书长认为，国产品牌智能电视的硬件配置已等同于 PC 机，且几乎全部的国产品牌智能电视的 CPU 都达到了双核 1.5G，内存 2G 以上。另外，对于 App 应用开发的重视以及软件平台的取舍也将成为其最大的竞争优势。

合资品牌推出的智能电视多是基于 Linux 平台，该平台虽有很多可取之处，但较差的交互性使得其在非专业人士占多数的普通用户中饱受诟病，而国产品牌的智能产品多采用 Android 系统，且已经从 2.0 升级到 4.0 版本，该平台的良好交互性以及应用市场的成熟性均优于 Linux。近年来 Android 手机在市场上的热卖也证明了其市场竞争力，且 Android 系统对于移动设备的兼容性也可以保证手机与智能电视之间的顺畅联动。

在 App 应用开发方面，国产品牌大都已建立了自有的应用商店，并开发了大量适合本土消费需求的实用型应用软件，从视

频、K 歌，到资讯、学习、健身，应有尽有。另外国产智能彩电对于各类视频格式的充分兼容也是一大亮点，可以方便地畅游各大视频网站而不必担心无法播放。同时，国产品牌的整体性价比，要优于外资品牌 40% 以上，具有极强的推广普及价格优势。

据国内权威市场调研机构中怡康公司调查数据显示，国内智能电视市场自 2011 年 5 月起开始实现快速增长，至 2012 年 4 月已取得整体电视机销量中约 30% 的市场份额，而去年同期份额仅为 9%，其增长势头可谓迅猛。而这期间，由于合资品牌还大都主推 3D 概念，使得国产品牌在智能电视市场上的占比达到八成以上，遥遥领先于合资。

另据中国电子商会消费电子产品调查办公室调研数据预计，2012 年中国市场智能电视产品销量将超过 800 万台。上海的彩电市场年总销量约 140 万台，由于上海市场历来是新品或者升级换代产品的先发市场，因此上海的智能电视销量将快于全国市场的增幅，今年可达 70 万台，占据 50% 的份额。

渊海



上海交电家电商业行业协会韩建华秘书长致开幕词



六大国产厂商代表为“上海智能电视推广联盟”揭牌



与会代表合影

智能时代 国产彩电“智”领合资

自 2011 年以来，国内各品牌纷纷推出智能电视产品，智能电视成为业内关注的焦点。整个彩电行业步入智能时代并掀起了一场轰轰烈烈智能战争。“彩电行业的 3 个技术升级方向中，面板技术、工业设计现在短期内都失去了继续升级的空间，但是从模拟到数字再到智能电视的升级如今还处于刚刚起步的阶段，显然智能电视就是未来 3 年彩电行业技术升级的焦点。”创维集团总裁杨东文说。

正是由于国内企业的超前意识和抢先布局，使得国产品牌成为彩电行业智能电视市场的主导力量。合资品牌也始终阻挡不了市场趋势的竞争压力，随后相继推出互联网电视、智能电视来与国产电视抗衡。

2012 年 3 月后，几乎所有的中外品牌都将年度新品锁定在智能应用上。国产智能电视新品，将之前的拥有独立操作系统、可视频点播、可下载使用应用程序，发展成为云健康、语音识别、手势识别等一系列人机互动、注重交互体验的智能应用。合资品牌三星、索尼、LG、夏普等也推出了如手势控制、语音控制、面部识别、多屏互动等智能应用程序。

当几乎所有的传统电视企业都杀入智能电视的“蓝海”后，2012 年智能电视市场可谓群雄逐鹿，厮杀激烈，然而，作为开启智能时代的国产品牌又是怎样做到持续领先智能时代市场的呢？那就是提供消费者真正智能需求，做足消费者实用智能体验。

根据奥维咨询(AVC)终端调查显示，产品终端体验的优劣程度与品牌或产品的市场占有率高低有着密切的联系。那么究竟哪些智能应用是消费者真正喜爱的呢？国产彩电相对于合资品牌又有哪些比较突出的优势呢？

智能自然人机交互系统

从前期消费者调研中发现，消费者最烦恼最担忧的是智能电视不智能，因为操作繁琐、复杂。国产电视已完全颠覆性地解决了用户的这个难题。

■ 语音操控 国产品牌创维、长虹、海信、TCL、康佳等均推出智能语音功能。电视可以听懂人话，只要对着相应的操控工具（如电视遥控器、手机、语音遥控等设备）说话，电视就可以立马接收并响应指令，

对电视完全进行操控。不仅如此，除了语音操作，电视还可以为你讲故事、找资源、解梦、预报天气等等，几乎是通天文、晓地理，无所不知，无所不能，真正让用户亲身体验到了语音操控的奇妙。

■ 智能操作系统 操作系统在体验端表现最为明显是人机交互界面和动作识别。目前市场上出现的交互界面风格也较为明显。三星、LG 采用的是整合式界面设计，将播放状态与功能选项置于同一页面当中，便于查看和体验。国产推出的 3D UI 更为丰富，其中创维推出的智能电视系列，布局华丽，观赏性和视觉效果佳，还能随意对 UI 桌面文件夹进行管理并更换桌面壁纸。

另外，国产彩电可以通过摄像头，用手势动作识别来简单轻松操作电视 UI，并且可以足不出户在家利用电视大屏幕进行游戏或健身运动，极具临场感，深受消费者喜爱。并且，国产智能交互界面和智能动作识别有绝对优势的另一个原因是采用了 Android 4.0 操作系统。

智能家庭健康管理

据了解，现在国产智能产品已

紧密和家庭健康联系，结合无线传输技术设计，在云电视上实时测量体重、脂肪、血压等健康指数，并且利用物联网技术，通过云平台对数据进行管理、分析和共享，用户可以随时随地查看测试数据，掌握家庭成员的健康动态，为家庭成员量身定制合理的健康计划，为消费者打造健康智能家庭中心。

此外，还具有跑步、瑜伽、高尔夫、乒乓球等健康运动项目，足不出户便能进行各种健身运动，帮助用户打造健康体魄。这点实为智能时代国产智能产品的差异化竞争利益点，想必健康主题也是未来智能产品的发展趋势。

智能浏览

据了解，互联网的应用在彩电上已经最广泛，消费者联网后喜欢用大屏幕浏览网页，进行视频点播，国产彩电的智能产品几乎可以支持全网浏览，除了浏览网页文字、图片，还可以进行全网视频点播，它同步支持 HTML 5、FLASH 10.1、FLASH 10.3 的视频解码，在电视上也能轻松看优酷、土豆、迅雷。HTML 5 视频解码同样被新上市的苹果公司 i-

Phone4、iPad 等产品采用，只有这两者同时作用，才能真正支持全网视频，但合资品牌产品基本上只能进行简单的网页文字、图片浏览，而不是进行视频点播。

当然，国产产品在智能时代有如此出色的表现，除了拥有雄厚的领先技术和应用优越的软件外，配置最高的硬件（屏体、CPU、GPU、RAM、ROM）是重要前提，完整的 IT 合作后台则是基础。彩电在进入液晶电视时代后就在技术领域选择开放式的合作模式，如今在智能云电视时代，更需要与 IT 互联网公司合作。全球各 IT 互联网商也是非常看好国产智能电视的市场领域，使得国产智能电视的后台更加完善。

智能电视给彩电行业带来的不仅是一个新概念、新产品、新技术，它带来的还是整个彩电产业商业模式的再造和战略的转型。面对当前彩电市场产品同质化严重、企业利润低、产品更新换代快等众多因素，智能电视必将成为彩电行业发展的新驱动力。

国产品牌作为智能时代的开启者和领航者，一定会持续通过提供满足消费者使用需求和体验需求的智能应用，来彻底让外资品牌沉默，并成为全球彩电品牌中的“标准缔造者”。

智维