财经聚焦

电视机成香饽饽 互联网厂商青睐“第四屏”

■ 本报记者 杨颖 霍玉菡

您家里的电视机是否还需安插机顶盒才能收看到节目？你可不要OUT了哟！

最近，乐视、小米、爱奇艺、阿里等商家积极介入智能电视领域，百度也在本周正式加入互联网电视大潮。电视“触网”渐成趋势，互联网电视已成市场新宠，“第四屏”的激战正在上演。

9月，电视机很忙

“其实，互联网电视并非新概念。”上海卓跃管理咨询有限公司首席咨询顾问师、家电问题研究领域专家庞亚辉对《中国贸易报》记者表示，早在2000年前后，国内家电厂商便提出了“互联网电视”、“智能电视”，甚至其后的“云电视”的概念。但是，这些电视机生产厂商只是将这些新概念作为卖点来吸引消费者，取得的效果难言乐观。

在乔布斯把手机、电脑都变成触控操作以后，新一轮的行业洗牌也波及到了电视机产业。于是，在这个领域，非传统的电视机生产厂商强势介入，小米、爱奇艺、乐视等纷纷推出产品，将本来作为信息接收器的电视机，变成了与手机、Pad、PC等同的另一款终端，也就是传说中的“第四屏”。

早在今年5月，互联网视频网站乐视就在已有乐视盒子的基础上发布了超级电视。进入9月，互联网企业在电视产品上再度发力。

9月2日，中国网络电视台CNTV宣布与康佳集团合作推出互联网电视KKTV，并在京东商城上线销售。

9月3日，TCL携手爱奇艺、京东推出的TV+也正式上线。与众多号称“互联网电视”的产品不同，TV+是一款专为家庭量身定制的互联网电视产品，可终身免费享受爱奇艺的海量内容服务，还有一开机即上网等功能设计。

紧接着9月5日，47英寸小米电视高调入局。它是一台电视机+小米盒子+安卓游戏机的组合体，包含小米盒子的所有功能，未来还有可能推出账号服务，便于与小米手机搭配。小米公司CEO雷军介绍，小米电视的定位群体是年轻人，在操作体验上颠覆了传统电视机的用户交互方式，整个遥控器只有11个按钮，能够实现盲操作。

日前，百度推出互联网电视高清播放器“百度影棒”。“百度影棒”内置WIFI功能，用户只需把它插到电视的HDMI高清接口上，连上WIFI，就能将手机、平板、PC上的在线视频、本地视频等无线投射到电视上进行播放。

跨界合作 谋求市场先机

目前，“80后”、“90后”这批被称为“鼠标键盘一代”甚至是“触屏一代”的消费者逐渐成为消费主力，他们的生活方式给很多传统市场带来了冲击，一个明显的变化就是，电视的开机率已经呈下降趋势。显然，电视屏幕需要更丰富的内容提升其使用率，这让上述互联网企业看到了新的商机。

前有乐视超级电视、小米电视，再有TCL和爱奇艺推出的TV+电视，现有百度发力、创维和阿里巴巴推出互联网电视，今年的9月，电视机很忙。值得注意的是，在这波互联网电视集中上市潮中，跨界合作成为企业间的默契。

基于对市场的研究，它们有的以内容打天下，如乐视依托行业最全的影视剧版权库——9万集电视剧、5000多部电影，垄断了近3年60%热播影视剧的独播权；有的以硬件为主导，如小米凭借其在操作系统和生态布局上的优势开发智能电视；有的打起了支付方面的算盘，如阿里巴巴试图复制一个电视版淘宝。

“这些互联网企业涉足电视领域，意图打破电视产业眼下的僵局，通过将互联网的服务接入电视屏幕，使得电视产品的功能得到全面扩展。”业内人士分析称，这样一来，通过电视，消费者不仅能看到网上海量的视频资源，还能通过电视盒子做到全家在家逛“超市”，建立真正的家庭网购模式。而对于多数老年人而言，他们终于可以突破PC网购的技能关，只需利用熟悉的电视遥控器操作，就可以足不出户体验网购的便捷。

显然，被千家万户所熟悉的电视，对于开发者而言，已成为一个平台，这促使开发者对电视应用研发热情高涨。

多方掣肘 胜利之光尚远

虽然现在很多互联网巨头在发展智能电视上卯足了劲儿，为丰富电视内容提供了各种可能，但操作层面的问题还没有解决好，胜利之光远没有照进现实。

“即便发展到今天，互联网电视还是处在起步阶段；尽管内容商与厂商进行了二次整合，互联网电视的概念尚没有准确的定义。”庞亚辉的一席话似乎给这场热火朝天的互联网电视大战泼了盆冷水。

易观国际分析师张飚指出，国内使用Android系统的手机厂商太多了，但真正用起来，很多产品因为体验太差，还没有怎么使用就被抛弃了。所以互联网电视这个市场，如果不能真正颠覆传统电视的交互形式，很难做起来。

仔细看来，如此众多的互联网企业与传统家电厂家跨界合作或者单独进入智能电视领域后，虽然每款产品都以“真正颠覆”为口号，但是绝大部分智能电视还只是“硬件+内容”的跨界合作。

此外，在芯片、系统等内部硬件类似的情况下，传统家电厂商只能在外观、做工等方面展开竞争。这就意味着每家的智能电视产品其核心硬件区别并不大，只是“壳子”不同，也就导致了竞争的激烈化。

庞亚辉还指出，电视整机的免费性将是一大趋势，这无疑将刺激到电视机生产厂家。

“互联网最大的特点，就是内容无穷性、资源开放性和最大化免费共享性，而对互联网电视而言，电视只是一个依托或者工具而已，因此，互联网电视要想改变人们的使用习惯并获得最大范围的普及，电视整机的免费性是一大趋势，否则没有多少可行性。”但是，庞亚辉提醒说，“电视整机免费触碰了整机厂家甚至监管部门的利益，无疑会受到他们的抵制，因此，唯有跨界合作，互联网电视才有可能真正发展起来。”

记者手记

智能电视成“刚需”

近年来，随着移动互联网的高速发展，我们见证了小屏幕带来的掘金奇迹，也看到了其给相关市场带来的新的发展机遇。时至今日，这片市场已基本完成跑马圈地，后进者似乎很难再有大发展，于是，不少赶上或没赶上这波发展机会的企业开始摩拳擦掌，努力寻找新的互联网拓展方向，走上了寻找新竞合对象的道路。

近两年，尤其是今年9月以来，乐视、爱奇艺、小米、百度等企业对电视屏幕的争相追捧，让各界看到了互联网与传统媒体摩擦出的新火花。目前，电视屏幕市场还基本停留在软硬件分离的竞争格局：家电厂商在性能价格上惨烈争夺着，广电系统牢牢控制着内容市场。如今，需要操作手法更灵活、内容更丰富的电视屏幕遇上了需要扩张的互联网，二者似乎一拍即合。

跨平台间的传输、播放等已日益成为“刚需”，电视顺理成章地成为互联网延展的“第四屏”。

而且，这一次中国人似乎走到了美国人前头，因为相比于很多国内公司，苹果和谷歌对智能电视领域并没怎么上心。前者做了一个AppleTV，但不是电视机，只是盒子；后者联合索尼制造过一台概念性的智能电视机，此后就基本不再有什么更新的信息。当然，智能电视的核心操作系统还是谷歌的Android。

对应两大巨鳄对互联网电视的不“感冒”，一些专家也对智能电视的发展充满疑虑。他们认为，在操作系统单一、操作体验不高的现实制约下，互联网电视的发展仍有诸多掣肘。

“以智能手机为引领的移动屏使用便捷，迎合了未来发展趋势，但互联网电视要想发展需要颠覆目前的交互式方式。同时，也要考虑内容负载、人们的使用习惯、费用支出等问题。”上海卓跃管理咨询有限公司首席咨询顾问师、家电问题研究领域专家庞亚辉指出，“此外，把互联网移植到电视上，放在大客厅或者卧室内，某种意义上就变成了共赏性，但目前，小众性乃至个体感受型的互联网使用者居多，这两者也是有冲突的。”

而且，客观来讲，今天的智能电视机恐怕也只是一个功能电视机的1.5版，如同苹果引领的触屏时代一样，市场也在等待一种真正的、全新的、革命性的操控方式出现。好在，很多企业已经走在探索之路上，虽然步子迈得有点儿大，性子有点儿急。

公司动态

科技创新助推顺天公司占领国际高端

■ 本报记者 李红阳

河北顺天电极有限公司（以下简称顺天公司）位于巍峨缠绵的太行山脚下——河北涞水，伟大的古代数学家祖冲之就诞生于此，这里也是典故“闻鸡起舞”中东晋名将祖逖的故乡，雄、险、奇、幽的国家地质公园野三坡更为这里增添了一抹绚丽的色彩。如果不是亲眼所见，很难相信这里还是世界最大的炭电极生产基地。浓厚的历史文化铸就了顺天公司发愤图强、勇于创新的企业灵魂，而地处京津经济圈内、便捷快速的高速交通网络、得天独厚的地缘优势更为公司提供了广袤的发展空间。

日前，顺天公司邀请我国炭素材料行业的专家学者、行业领导和合作伙伴齐聚北京房山，围绕我国炭素材料产业发展面临的机遇与挑战进行了深入研讨，并为顺天公司转型升级和做大做强出谋划策。认清行业形势，凝聚专家智慧，找准发展方向，这是顺天公司一贯秉承的做事风格。

炭素材料因其科技含量高、在尖端领域应用广泛而成为世界先进国家争相研究应用的课题，从上世纪初至今，该领域已经有3项成果获得了诺贝尔科学奖。“十二五”期间，我国重点发展的七大战略性新兴产业中，炭素材料不但是新材料中的一种，更与新能源、高端装备制造业等其他产业有密切的关系。炭素材料的研究应用，对于今后我国国防和民用事业的发展也具有十分重要的意义。

作为河北省技术开发先进企业、河北省优秀发明单位、全球最大的硅专用电极生产商，顺天公司多年来坚持走科技创新之路，在炭素材料技术研发、产品制造、发展战略等方面始终瞄准国际一流，对标行业高端，倾力打造炭素材料的产业高地。该公司董事长王金铎将公司的发展方向概括为：为新能源提供新材料。

2011年，顺天公司最新研制成功的炭炭复合材料坩埚在第十四届北京国际科技产业博览会上大展风采，备受瞩目。该产品是一种复合材料，在世界上只有少数几个国家能够生产。此前，炭炭复合材料主要应用于军工、航空航天方面。顺天公司投资3.06亿元，引进高尖端化学气相渗透技术，以炭纤维编织体为基体，采用不同的热解炭源，成功研制出炭炭复合材料坩埚，并嫁接到民用市场，大大扩展了适用范围，助力新能源产业，有效地提高了国内光伏产业在国际上的竞争优势。

在20多年的发展历程中，顺天公司始终坚持自主创新与研发，先后研发生产出金属硅用炭电极、石墨电极、太阳能级硅用炭电极、镍铁用石墨电极、黄磷用石墨电极等6大系列、60多个规格的一大批拥有自主知识产权的新产品，其中6项填补国家空白、13项填补省内空白，获18项国家专利。2012年11月，顺天公司顺利通过国家高新技术企业认定，成为涞水县首家高新技术企业。

目前，该公司产品已占全国工业硅冶炼用电极70%的市场份额，在国际市场也享有盛誉。在产品出口巴西、韩国、澳大利亚、泰国、美国、菲律宾、阿联酋等十余个国家和地区的基础上，近年来，顺天公司又相继开拓了乌兹别克斯坦、越南等国际市场，并签订了长期供货合同。自1999年以来，该公司炭电极产销量连年位居国内同行业第一；自2004年以来，炭电极产销量超过了世界最大的两家生产企业（美国尤卡公司、德国西格里公司），名列世界第一。

大众点评发布《2013移动生活报告》

■ 本报记者 王哲

随着移动智能设备的普及，移动互联网呈现出全面发展的趋势。近日，基于中国22座消费较发达城市移动用户行为数据，中国领先的本地生活消费平台大众点评发布《2013移动生活报告》。报告指出，2013年，移动互联网在一线城市依然保持快速发展态势，二三线城市则呈现爆发式增长，增速首次超过北京及上海等一线城市。

报告显示，大众点评各城市用户在过去一年的移动端浏览量增幅最高的是长沙、宁波和天津。除前三甲外，福州、沈阳、重庆、西安、苏州、哈尔滨、郑州等城市移动互联网在过去一年里发展增速位列前十，这些城市在2012年8月至2013年8月间移动浏览量比上年同期均增长超过2.5倍。

《2013移动生活报告》还显示，电子会员卡、在线餐厅预订等交易、服务型需求开始兴起。大众点评电子会员卡的发卡数量已经在2013年8月突破1500万张，而通过移动客户端进行在线餐厅预订正在逐步改变中国人传统的预订习惯。大众点评在线餐厅预订服务自2013年初正式上线，这段时间以来，选择通过大众点评移动客户端在线进行餐厅预订的用户数超过电话预订用户数的2倍，用户提交餐厅预订的时间平均只有20秒。

此外，报告显示，移动消费男性力量正在崛起，Android用户不再屌丝。不过，相比iPhone用户，Android用户依然对价格信息较为敏感。在通过大众点评客户端筛选商户时，iPhone用户优先按照单次人均价格由高到低排序来筛选商户，Android用户则是优先按照价格由低到高的排序来筛选商户。

据悉，自2010年以来，大众点评移动端的浏览量增幅已超过300倍，而大众点评移动客户端的独立用户数增幅则超过200倍；截至2013年第二季度，大众点评月综合浏览量超过20亿次，其中，移动端的浏览量占比已超过70%，移动客户端独立用户数超过7500万，并呈现平台化发展趋势。