

互联网企业抢占电视屏拉开新的终端战

■本报记者 戴明阳

继9月6日视频网站爱奇艺宣布与TCL合作推出TV+互联网电视之后,9月10日,阿里巴巴与创维宣布智能电视战略合作。此前,视频网站乐视宣布与国美合作推出60英寸和39英寸的两款定制版本超级电视,小米发布第一款智能电视产品小米电视,主打“年轻人的第一台电视”概念。一时间,互联网企业跨界发展成为时下最热门的话题。

企业玩跨界

据记者了解,互联网电视是一种利用宽带有线电视网,集互联网、多媒体、通讯等多种技术于一体,向家庭互联网电视用户提供包括数字电视在内的多种交互式服务的技术。

在“手机、电脑、平板、电视”这四块屏中前三块已经绑定次序后,“第四块屏”的电视成为消费电子行业中“数据、内容、互动、平台”的又一个极具潜力终端资源,成为互联网企业争夺的一个新战场。

隔行如隔山。互联网企业为什么会冒如此巨大的风险去涉足已经成熟的传统电视行业?

中投顾问家电行业研究员任敏琪解释称,目前三网融合趋势明显,手机、电视等与互联网的联系愈来愈紧密,为互联网企业跨行业发展提供了重要契机。如果互联网企业真正打开电视行业的大门,这将会给互联网企业带来无限商机。互联网电视可以被称为



互联网的延伸,付费潜力巨大,如果互联网涉足该领域,将能进一步扩宽盈利范围。

提前布局

Display Search最新报告指出,中国互联网电视市场的营收容量将从2010年的5000万美元增长到2016年的13.8亿美元。到2017年,中国互联网电视数量将从2010年的200万台增至9300万台。

国家新闻出版广电总局发布的《中国视听新媒体发展报告》显示,截至2012年底,中国网络视频用户达3.72亿,视频流量已占到

势吗?

对此深圳市创新投资集团有限公司投资总监张华认为,在三网融合的背景下,抢客厅这块屏幕成为互联网企业发力的必然,即便是短时间内不盈利,甚至赔钱,互联网企业也要进入。因为在互联网电视市场门槛比较低的时候,企业进入该行业的成本最小,一旦市场成熟,市场壁垒提高,再想进入该行业将会付出极高的代价。提前布局、等待时机才是现如今互联网企业“疯狂”进入“电视行业”的本意。

阻力重重

中投顾问研究报告指出,互联网企业可以通过电视平台,有效地控制部分视频内容,打破原有各大电视台对内容的控制,并将其打造成为赢利通道;摆脱原来电视整机厂家靠一次性买卖产品获得收益,转变成通过终端运营平台获得源源不断的利益。

业内人士认为,如果该盈利模式在未来真的成为现实的话,那将撼动传统电视行业、电视台的盈利根基,将会引发新旧势力的激烈博弈。

但是,中国电子商会副秘书长陆刃波并不看好互联网企业跨界做电视。

陆刃波认为,从目前来看,乐视、小米等互联网企业做电视还显得比较“年轻”,其产品在性能指标上无法和传统电视比肩,另外在渠道、消费人群方面的优势也不明显。

作为有着敏锐嗅觉的互联网企业,难道他们看不清楚自己在“电视产业”中的种种劣势吗?

其次,互联网企业做电视,不甘心只做内容,更不甘心把取得的利润分一部分给传统电视厂商。互联网企业必将在适当的时候,甩开现在的传统电视厂商,去争夺市场份额。

“但对于电视厂商来说,此种合作方式中,自己收益占比较小,今后或将有大量传统电视厂商自立门户自行生产智能电视。”任敏琪认为,所以现阶段并不会十分卖力与互联网企业合作。

除了传统电视行业的激烈阻击外,互联网电视盈利模式也受到外部环境的制约。

互联网企业做电视,其本质是提供内容服务,但我国现阶段版权市场发展无序,盗版严重,导致产业链上下游急功近利,这大大影响了互联网电视盈利模式的发展。

对于互联网电视来说,其盈利是基于用户付费。任敏琪认为,真正能给他们带来的盈利模式应该是以内容付费收入补贴硬件收入,广告收入与应用分成收入共同增长的模式。

但事实上,现阶段我国传统电视行业并没有用户付费的基础,没有健全的商业模式。

互联网电视是互联网行业、广电行业以及电视制造行业的交汇点,各方势力都欲占领智能电视市场,互联网企业应该在视频内容方面具有较大优势,将其作为主攻环节。

另外,在市场化程度不高的当下,希望能少一些政策壁垒,让市场这个指挥棒来调节互联网电视的发展,真正做到市场化。

福建泉州推进电能替代高污染低效率能源

本报讯 (记者吴锋思 通讯员陈珍妮 周云 陈玲)8月29日,在福建省德化儒苑礼品陶瓷有限公司的车间里,该公司董事长徐添福毫无保留地向前来取经的同行介绍全动控制电热高温隧道窑的建造技术。

据了解,泉州市用电量自1995年至今已连续17位居福建省首位,总量一直占全省1/4强。今年来,泉州供电公司大力倡导绿色能源消费,引导客户应用电能替代高污染、低效率能源。截至8月底共完成替代容量2.68万千瓦,其中,德化县主推陶瓷生产企业电窑炉,完成替代容量1.78万千瓦,安溪、永春主推电制茶,完成替代容量0.9万千瓦。

作为全国排名首位的重点产茶县,安溪县有近80%的人从事涉茶工作,茶农们增产增收的意愿和电气化制茶方式一拍即合,短短几年便成了燎原之势。自新农村电气化建设全面铺开以来,安溪供电公司累计投入10.25亿元进行了电气化改造,把绿色、环保、节能降损融入进茶产业中,促进了茶农生产方式由煤、油、天然气向电气化制茶的成功转变。

2013年制茶期间,安溪电网的尖峰负荷值由2008年的382兆瓦飙升至613兆瓦,5年间翻了近一番,电气化制茶全面普及。电气化制茶,操作方便、制茶的各个关键时刻都能控制准确,突破了原来的局限性。据统计,电气的推广让安溪劳动生产率普遍提高80%,生产成本降低40%。

在推广清洁电能的同时,电力部门还提供贴心服务。德化供电公司组建专项服务队——电窑炉服务队,为陶瓷企业提供“服务套餐”,为企业“量体裁衣”设计线路,使企业在最短的时间内完成能源替代,并每月定期进行回访和技术指导,免除了陶瓷企业的后顾之忧。

美网络公司请求披露

更多政府监控要求信息

据新华社(记者孙浩 王丰丰)陷入“棱镜门”漩涡的谷歌等美国知名网络公司9日宣布,已向美国外国情报监控法庭提交申请,希望获批公布更多美国政府要求这些公司提供私人通讯记录的信息。

谷歌、脸谱、雅虎、微软等网络及技术公司已分别提交了类似的申请,要求增加国家安全计划的透明度,希望美国外国情报监控法庭批准他们公布与“棱镜”监控项目有关的信息。

雅虎公司首席法律顾问罗恩·贝尔在互联网上发表声明说,根据与国家安全有关的法律,美国政府目前禁止各公司披露这些政府监控要求的信息,但对这类信息秘而不宣只能滋生公众的不信任和疑虑,使他们不仅对美国政府,也对与美国政府展开执法合作的公司产生怀疑。

脸谱公司首席法律顾问科林·斯特雷奇的声明中说,全世界的人们眼下已对自己在这些网络公司所提供的信息是否安全产生担忧,而美国政府现有的言行还不足以打消公众的担忧。

谷歌就反垄断争端

向欧盟提出新和解方案

据新华社电 (记者张伟)欧盟委员会发言人乔纳森·托德北京时间10日证实,美国互联网巨头谷歌公司已经就反垄断争端向欧盟提出新的和解方案。

托德当天对记者说,如果欧盟委员会对新方案感到满意,那么在未来几个月就可能与谷歌达成一致。但托德没有透露新方案内容细节,也未提及谷歌竞争对手是否有机会参与评估。

另外,谷歌公司发言人弗尼就此对媒体表示,谷歌新方案设法解决欧盟委员会关心的四个方面的问题,谷歌将继续与欧盟委员会合作,以达成解决方案。

2010年下半年起,欧盟发起了针对谷歌公司涉嫌侵犯隐私和反垄断的调查。今年4月,谷歌向欧盟提交了一份和解提议,内容涉及在搜索排序和用户隐私权方面的一些让步。这一和解提议遭到了来自欧洲竞争对手的一致反对。6月26日,英、法、德等六国敦促欧盟拒绝接受谷歌的这份和解提议。今年7月,欧盟要求谷歌提出新的和解方案。

有媒体报道,如果欧盟认定谷歌垄断事件,谷歌可能因此面临50亿美元的高额罚款。

国机集团发布

《2012年社会责任报告》

本报讯 (记者刘静)9月6日,中国机械工业集团有限公司在京召开《2012年社会责任报告》发布会。这是国机集团第三次全方位、多层次梳理总结过去一年社会责任工作的实践情况并发布责任报告。

国机集团董事长任洪斌表示,面对国内外严峻复杂的经营形势,2012年国机集团着手建设“五个国机”,坚持科学发展观,铸就价值国机;创新驱动发展,打造创新国机;践行环保节约,争创价值国机;实现合力同行,创建责任国机;秉承以人为本,造福幸福国机。

《报告》显示,截至2012年底,国机集团营业收入2139亿元,利润总额86亿元,同比分别增长11%、11%,实现了国有资产保值增值。凭借良好的经营业绩,国机集团荣列《财富》世界500强企业第367位,较上年提升了68位。并连续多年位居中国机械工业企业百强首位、国资委中央企业业绩考核A级。

另一个角度看诺基亚被收购

■新华社记者 李骥志 张璇 徐谦

微软收购诺基亚伴随着不少人的感叹:一个百年老店,几年前还在手机行业风光无限,何以短短几年就进退失据了。然而不少业内人士认为,从现实的角度考虑,让微软收购或许是当下最好的选择,因为既然败局已定,早一天甩掉包袱,就有望早一天扭转困局。

首先,收购对产业发展有利。

诺基亚的一名前项目经理告诉记者,从苹果和安卓的成功案例来看,当今无线移动互联网的发展趋势还是需要“软硬件结合”,苹果是全封闭平台,属于自我开发。安卓是全开放平台,大家共同开发。微软的Windows Phone是收费平台,目前还未能吸引大批用户,诺基亚本来有机会按照“软硬一体”的路子继续走下去,但是已经失去了机会。不管怎样,微软的软件与诺基亚的硬件结合,更有利同步研发,可以说是回到了良好的起点。

二是对公司发展有利。

诺基亚的一名前项目经理告诉记者,从苹果和安卓的成功案例来看,当今无线移动互联网的发展趋势还是需要“软硬件结合”,苹果是全封闭平台,属于自我开发。安卓是全开放平台,大家共同开发。微软的Windows Phone是收费平台,目前还未能吸引大批用户,诺基亚本来有机会按照“软硬一体”的路子继续走下去,但是已经失去了机会。不管怎样,微软的软件与诺基亚的硬件结合,更有利同步研发,可以说是回到了良好的起点。

三是对国家有利。

近两年来,诺基亚裁员不断,增加了芬兰的就业压力。在手机业务并入微软后,按照协议,4700名在芬兰工作的员工将全部保留。此外,正如芬兰总理卡泰宁日前在接受记者专访时指出,诺基亚如今的盈利能力远不如过去,对国家的税收贡献也小多了。由此可见,剥离不良资产,无论从缓解就业压力还是提高税收收入来看,对芬兰而言都是一件好事。

近期,彩电行业热闹非凡,新闻层出不穷,大家都盯着互联网电视这块大蛋糕,希望通过合作来优化资源,加强实力,占据市场制高点。

对于家庭互联网,其实国内彩电企业并非没有提前准备,2009年各彩电巨头已经开始纷纷发布各自的互联网电视新品,后来又升级为智能电视、云电视,其实都是传统彩电行业对于家庭互联网领域进行的布局。近几年来,阿里一直谋求在“客厅争夺战”中分得一杯羹。2013年7月,阿里推出针对电视、盒子产品的阿里电视系统,并力图基于该系统建立“智能电视生态联盟”。阿里要创建的是基于阿里电视系统,融合电视行业各方资源建造的互联网电视产业链,要从移动领域转移到以家庭为单元的整个客厅战略。而这次与家电硬件商创维的合作可以说

都是能够盈利的优良资产,包括反响良好的地图、定位和导航系统,以及每年能够进账5亿欧元的专利体系。在得到微软的54亿欧元现金后,诺基亚现金流充裕,可以重新投入研发,而且不排除生产新品牌手机的可能性。交易后的诺基亚,实际上与上世纪90年代手机业务刚起步时状况相似,盈利能力和发展前景仍然可观。

彩电行业热闹非凡,新闻层出不穷,大家都盯着互联网电视这块大蛋糕,希望通过合作来优化资源,加强实力,占据市场制高点。对于家庭互联网,其实国内彩电企业并非没有提前准备,2009年各彩电巨头已经开始纷纷发布各自的互联网电视新品,后来又升级为智能电视、云电视,其实都是传统彩电行业对于家庭互联网领域进行的布局。近几年来,阿里一直谋求在“客厅争夺战”中分得一杯羹。2013年7月,阿里推出针对电视、盒子产品的阿里电视系统,并力图基于该系统建立“智能电视生态联盟”。阿里要创建的是基于阿里电视系统,融合电视行业各方资源建造的互联网电视产业链,要从移动领域转移到以家庭为单元的整个客厅战略。而这次与家电硬件商创维的合作可以说

都是能够盈利的优良资产,包括反响良好的地图、定位和导航系统,以及每年能够进账5亿欧元的专利体系。在得到微软的54亿欧元现金后,诺基亚现金流充裕,可以重新投入研发,而且不排除生产新品牌手机的可能性。交易后的诺基亚,实际上与上世纪90年代手机业务刚起步时状况相似,盈利能力和发展前景仍然可观。

彩电行业热闹非凡,新闻层出不穷,大家都盯着互联网电视这块大蛋糕,希望通过合作来优化资源,加强实力,占据市场制高点。对于家庭互联网,其实国内彩电企业并非没有提前准备,2009年各彩电巨头已经开始纷纷发布各自的互联网电视新品,后来又升级为智能电视、云电视,其实都是传统彩电行业对于家庭互联网领域进行的布局。近几年来,阿里一直谋求在“客厅争夺战”中分得一杯羹。2013年7月,阿里推出针对电视、盒子产品的阿里电视系统,并力图基于该系统建立“智能电视生态联盟”。阿里要创建的是基于阿里电视系统,融合电视行业各方资源建造的互联网电视产业链,要从移动领域转移到以家庭为单元的整个客厅战略。而这次与家电硬件商创维的合作可以说

都是能够盈利的优良资产,包括反响良好的地图、定位和导航系统,以及每年能够进账5亿欧元的专利体系。在得到微软的54亿欧元现金后,诺基亚现金流充裕,可以重新投入研发,而且不排除生产新品牌手机的可能性。交易后的诺基亚,实际上与上世纪90年代手机业务刚起步时状况相似,盈利能力和发展前景仍然可观。

彩电行业热闹非凡,新闻层出不穷,大家都盯着互联网电视这块大蛋糕,希望通过合作来优化资源,加强实力,占据市场制高点。对于家庭互联网,其实国内彩电企业并非没有提前准备,2009年各彩电巨头已经开始纷纷发布各自的互联网电视新品,后来又升级为智能电视、云电视,其实都是传统彩电行业对于家庭互联网领域进行的布局。近几年来,阿里一直谋求在“客厅争夺战”中分得一杯羹。2013年7月,阿里推出针对电视、盒子产品的阿里电视系统,并力图基于该系统建立“智能电视生态联盟”。阿里要创建的是基于阿里电视系统,融合电视行业各方资源建造的互联网电视产业链,要从移动领域转移到以家庭为单元的整个客厅战略。而这次与家电硬件商创维的合作可以说

都是能够盈利的优良资产,包括反响良好的地图、定位和导航系统,以及每年能够进账5亿欧元的专利体系。在得到微软的54亿欧元现金后,诺基亚现金流充裕,可以重新投入研发,而且不排除生产新品牌手机的可能性。交易后的诺基亚,实际上与上世纪90年代手机业务刚起步时状况相似,盈利能力和发展前景仍然可观。

彩电行业热闹非凡,新闻层出不穷,大家都盯着互联网电视这块大蛋糕,希望通过合作来优化资源,加强实力,占据市场制高点。对于家庭互联网,其实国内彩电企业并非没有提前准备,2009年各彩电巨头已经开始纷纷发布各自的互联网电视新品,后来又升级为智能电视、云电视,其实都是传统彩电行业对于家庭互联网领域进行的布局。近几年来,阿里一直谋求在“客厅争夺战”中分得一杯羹。2013年7月,阿里推出针对电视、盒子产品的阿里电视系统,并力图基于该系统建立“智能电视生态联盟”。阿里要创建的是基于阿里电视系统,融合电视行业各方资源建造的互联网电视产业链,要从移动领域转移到以家庭为单元的整个客厅战略。而这次与家电硬件商创维的合作可以说

双节将至,各酒企推出副线品牌产品

高端白酒“腰部”发力或引行业震荡

■本报记者 徐潇

从逢节必涨,到逢节促销,以茅台、五粮液等为代表的高端白酒终于向市场低头。

9月8日,白酒巨头五粮液在52度水晶瓶五粮液这款核心产品的基础上,推出三款高端酒低度系列新品,和52度水晶瓶五粮液超过700元的出厂价相比,其指导零售价仅为509元、559元和609元。

无独有偶,同为一线品牌的贵州茅台近日则做出降价举措,将主打产品飞天茅台每瓶的市场价格从1519元下降至1119元,有的白酒专卖店甚至表示不开发票800元就卖,仁酒和汉酒的价格则被“腰斩”。其中,汉酒的零售价由每瓶799元下调到每瓶399元,而仁酒价格则低至每瓶299元。

记者查阅资料发现,上一次飞天茅台超市售价在每瓶1100元左右要追溯到2010年中秋前后,那个时候高端白酒刚开启一轮上涨。到2012年春季,飞天茅台超市售价一度高达每瓶2000元,随后逐步下滑。

事实上,受到塑化剂风波、控制三公消费等因素的影响,今年以来白酒上市企业的业绩堪忧。从公开数据分析,14家上市酒企上半年营业收入同比增长平均为-7.54%,净利润同比增长则平均下滑近两成,是白酒行业近年来交出的最差成绩单。

记者调查发现,今年酒业在大的经济环境影响下,高端产品增长乏力,不少酒企的营业收入并不乐观,再加上“三公”消费、禁酒令等规定的响,致使一线白酒销售市场进一步萎缩。为了迎合市场转型,更好贴近消费者,高端品牌纷纷放低“身段”,从“腰部”发力,一方面降低高端酒的价格,另一方面开发

公益捐赠 服务社会

三门峡供电公司捐资助学工作受表彰

本报讯 国网河南省电力公司三门峡供电公司积极开展“金秋助学”活动,已连续十年参与三门峡市资助困难家庭子女上大学献爱心活动,帮扶困难大学生75人。日前,该公司被省总工会和省教育厅授予“河南省金秋助学先进单位”。

今年秋季开学,该公司和下辖陕县电业局两单位女工委再一次来到渑池县坡头乡白

羊山电力希望小学,为孩子们送去捐款、图书、电子教学器材和文体器材。据了解,白羊山电力希望小学是三门峡供电公司2009年援建的,并专门设立了“教育励志基金”,用于对优秀教师、优秀学生、贫困学生的奖励和资助。2010年6月,公司党委书记亲自带队来到白羊山电力希望小学,为15位优秀学生颁发了励志基金,并为3位优秀教师颁发奖

金,同时还送去了电脑、书籍、桌椅和文具。

截至目前,该公司向白羊山电力希望小学捐款累计金额达50万元以上。