



# 乐视终端与系统“四合一”

## 硬件负利仍赢



一家厂商同时发布跨越手机、电视、汽车和VR4个领域的新品，是不是听上去似乎“好厉害的样子”？

在科技圈，这也是非常罕见的现象。“我们正不断尝试破界的化学反应，希望通过共享一个生态世界，让用户和合作伙伴建立起属于自己的生态理想国。”4月20日，极少直面媒体采访的乐视创始人贾跃亭，亲自为乐视的年度“烧脑”大戏站台，激动之处，他甚至一度哽咽。

青年报 王霞

### “孤独求败”的“四合一梦想”

第2代超级手机、超级电视、乐视VR、以及无人驾驶超级汽车，这一次，乐视同时发布4款跨越4个行业的产品，“搞得有点大”。

“这样看似并无直接联系的4个不同的终端，其实并不孤立，它们都被赋予了EUI这一个‘大脑’，”贾跃亭解释道。简言之，不同的终端形式，只是EUI在不同生活场景的不同应用而已。

4月20日，乐视正式将生态UI系统EUI至EUI5.8，并实现了9路视频直播流。而去年的4月14日，EUI只有3路视频直播，尽管在当时也是首创。

“彼时到现在，一年已经过去，但我们依然孤独求败，”贾跃亭说，“全屏9路流直播，意味

着用户可以同时观看9场比赛——不仅可以一屏尽收9场比赛，更支持一场比赛，9路视角同时观看。”

而面对“乐视只有商业模式创新，并无技术创新”的“嘲笑”，贾跃亭更是当场立下“技术创新擂台”，并以首批乐视超级汽车作为“赌注”。

### 硬件或将进入“负利”时代

此前，本报曾报道过4月14日当天乐视的“硬件免费狂欢节”，24小时产生23.2亿元的销售额，购买力全部指向内容，却与硬件无直接关联。

如同当年杀毒软件免费一般，友商们“友谊的小船说翻就翻”。

面对“硬件免费是噱头”的质疑，贾跃亭回击道，“我们坚定认为，它不是噱头，这种模式

代表着未来，真正代表了用户利益。让我们欣慰的是，用户站在了我们这边，用鼠标投票，拥抱硬件免费。”

简言之，即通过生态系统中对内容的营销，反向补贴硬件，令硬件实现“负利”定价，但整个生态仍旧处于盈利状态。

硬件的演化经历了暴利时代、微利时代、零利时代，至今，靠硬件盈利的模式已显疲态，而附着于其上的品牌溢价、渠道溢价、硬件溢价甚至于硬件成本本身也在慢慢失去生命力。

“以非核心价值的硬件价格为切入点，但只为内容，高品质的服务等核心价值买单，从而推动现有的消费模式的变革、形成全新的用户生态消费观，或将成为未来电子消费市场的新趋势，”一位业内人士在解读中表示。

## ■ 资讯

### 小洋口旅游度假区推介会在沪举办

本报讯 王娟 近日，以“徜徉·蔚蓝，聚焦小洋口”为主题的小洋口旅游度假区项目推介会在上海举办。推介会上，江苏省如东小洋口旅游度假区党工委副书记张翔龙表示：“希望能够通过本次推介会加强如东与上海之间的联系，促进两个城市之间的旅游业合作，寻求更多的合作机会和更广阔的发展空间。”据了解，小洋口旅游度假区已经建成了一站式游客中心，集吃、住、行、游、购于一体，最大的特色是海洋、海鲜和温泉，是旅游休闲的好去处。

### 贵州绿色博览会亮相tHIS峰会

本报讯 沈旖旎 4月19日，“贵州绿色博览会·大健康产业博览会”亮相上海，并宣布绿博会将于2016年7月8日至10日举办。据了解，2016年生态文明贵阳国际论坛，是目前全国唯一以生态文明为主题的国家级国际性论坛项目。

今年论坛的主题是“走向生态文明新时代：绿色发展·知行合一”。

绿博会设有六大主题展：贵州主题馆暨河北主展馆、第51届全国新特药品交易会、第17届全国医疗器械区域展览会、2016中国康复展览会、2016中国药店采购供应博览会、2016中国家庭医疗用品展览会。展出面积达60000平米，参展产品涵盖50大类上万种产品，国内外的2000家展商参展，预计将有50000人次观众到场参观。绿博会主、承办方均表示，通过这次大型展览活动，不仅为2016年贵阳生态文明论坛增加“行”的部分，更能推动贵州省大健康产业的发展。

### 2016成人健康展传播正能量

本报讯 王霞 近日，由中国国际展览中心集团承办的第13届中国国际成人保健及生殖健康展览会在沪举行，通过成人健康产业互动、性科学文化交流以及公益活动等形式，传播健康正能量。展会吸引来自全球逾300余家企业参展，买家来自世界各地。据了解，此次展会在展出规模、国际化程度、科技创新、高端领先、学术水平、媒体宣传、观众专业度及公益活动质量等方面较之前均有新突破，力图呈现成人健康产业科技与时尚的融合。

## 中兴加速渠道突破

青年报 王霞

本报讯 自去年宣布打造精品战略后，近日，中兴以母品牌ZTE系列命名的首批产品A910与V7同步亮相，标志着其年轻化、精品化“蜕变”正式起步。

“至此，整体中兴品牌精品化战略布局完整，未来，聚焦消费者的品质需求和产品体验，并大力推进全渠道的布局和建设将成为战略重点，”中兴通讯副总裁、终端中国区总经理俞义方在接受采访时表示。

据了解，A910定位全功能的千元智能机，机身纤薄，全金属一体化中框设计，并搭载指纹功能；而V7 MAX则强调“青年精品”，除金属机身和独特的指纹识别技术外，还具备媲美单反的拍照功能和丰富的影视资源，在设计上，更是号称“以优雅侧身回击世界”。

业内认为，ZTE系列是中兴国内强势归来的重要信号，统筹全球化的资源和研发力量，通过高要求的产品设计和个性化产品体验，拉近品牌与当下一年轻人的距离。

去年年中，中兴在深化布局精品路线的基础上推出AXON天机旗舰战略，定位全球高端市场、执行高端精品，在渠道上覆盖运营商、公开渠道和电商三大渠道；年末，又将Blade品牌带回国内，承担“手机新兴科技国民化普及”的使命，并以电商为渠道，提升品牌影响力。

“如今，中兴终端针对全渠道推出新科技国民化普及的ZTE系列，这是中兴渠道年布局加速的又一重要举措。实现与AXON天机、Blade系列在渠道和面向用户群体上的全面综合布局，将为中兴2016年冲击7000万销量加力，”一位业内人士在接受采访时分析道。

## 健康舒适成热水器新出口

青年报 姜卓

本报讯 4月20日，2016中国热水器高峰论坛在北京召开，海尔、美的、西门子家电、林内、能率、万家乐、樱花、格美淇、A.O.史密斯、阿里斯顿、万和、华帝、奥特朗等数十家热水器品牌代表出席会议，共同梳理行业发展脉络和消费趋势，探讨进一步挖掘行业增长的新动力。

论坛期间，国家电网联合国家信息中心信息资源开发部、中怡康和京东家电共同发布《2015-2016中国热水器行业白皮书》，内容显示，在市场消费升级的推动下，热水器产品结构升级已成为行业发展的一条主线。整体上看，大化、异形、智能、健康已成为热水器产品升级的趋势。

根据中怡康数据，2016年一季度12升及以上大出水量燃气热水器产品加速扩容，60升

及以上的大容积电热水器产品持续放量，电热水器方形机、双胆机在市场上崭露头角。此外，主流热水器品牌均已完成智能化产品的渗透。

数据显示，随着消费者对健康洗浴体验的关注度不断提升，健康迅速成为热水器市场新卖点，目前健康型电储水热水器市场销售机型已超过10款，燃气热水器龙头企业在新品中也添加了健康功能。海尔推出的内胆可免清洗的净水电热水器在出水口设置了三重杀菌模块，让热水器内胆处于干净、流动的状态；美的活水系列热水器带有一键自动排除死水功能；A.O.史密斯推出了搭载自清洗功能的电热水器；林内“恒芯”系列燃气热水器新品甚至具有水疗Spa美肤养生功能。“热水器产品的发展方向清晰，健康舒适将成为行业下一个风口，”中国家电网总编吕盛华表示。