

“三年梦想”能否照进现实？

## 海信电器董事长刘洪新履新

本报记者 孙维晨 北京报道

八票同意、零反对、零弃权的投票结果，海信电器(600060.SH)董事会议上的投票结果将刘洪新推上了董事长席位。原董事长于淑珉仍负责海信集团的整体经营管理工作。

刚刚完成新老交接的刘洪新马不停蹄曝光。6月15日海信电器以上市公司公告形式称：截至2015

## 新老更迭或难起波澜

6月9日的公告说，公司总经理刘洪新接替于淑珉出任新一任海信电器的董事长，总经理一职交由代慧忠接替。

被媒体视为海信集团董事长周厚健“黄金搭档”的于淑珉于2001年出任海信电器总经理兼任董事长。而刘洪新则在上市平台公司担任过8年总经理职务。

接任董事长席位的刘洪新在海信电器担任总经理8年时间以来，其业绩亦广受业内好评。但是在2014年末，他却突然去职，转身前往集团任职。

当时海信集团董事长周厚健对外评论说：“海信的产品比昨天好，

## “激活用户超1000万”的意义？

刚刚履新董事长职务后刘洪新并没有刻意躲避观察家的镁光灯。他适时地出现在了在一个被称为“里程碑事件”的公开活动现场。

本月15日海信举行发布会并发布公告宣布：公司积极推进智能运营，提升智能电视运营价值。截至2015年6月14日，激活的互联网电视用户率先突破千万大关，达到1067万，覆盖人口超过3000万，是重要的里程碑事件。

刘洪新认为，海信电视市场占

年6月14日，激活的互联网电视用户率先突破千万大关，达到1067万，覆盖人口超过3000万，是重要的里程碑事件。海信计划在三年时间内将其打造成全球最大互联网电视平台。

夸下如此巨大的“海口”，海信能否完成此举还有待观察。而刘洪新最迫切的任务或为如何保持上市公司的业绩。

尤其是与互联网相关的，如电视、光通讯、空调、智能交通系统等，借助互联网功能提升服务。不满意的是手机。”

当时，媒体援引周厚健的话报道说，刘洪新卸任海信电器总经理后，将肩负起把海信手机业务做起来的重任。

不过，由于客观和主观等原因，海信的手机业务一直难有起色。而家电分析师刘步尘判断说，手机市场难有起色，而且集团可能担心没有刘洪新的家电业务会受到影响。“于是又把他调回海信电器接替于淑珉的职位。”

刘步尘认为，由于年龄问题导

有率连续12年全国第一、连续3年线上第一，这是激活用户第一的前提条件；而海信智能电视内容最多，人机交互最佳，画质最棒，也就是用户体验最好是率先突破千万大关并保持给激活用户第一的竞争优势，而这仅仅是海信互联网电视成就的第一步。

海信云CEO于芝涛则提供了一系列数据：“海信智能电视平均日活跃用户数达403万，人均单日使用时长超过180分钟，人均单日视频点播时长达160分钟。”他透露，



海信电器新掌门对新征程踌躇满志。

致的新老更替应该不会影响海信电器的业务波动和战略变化。“首先，刘洪新已经在海信电器总经理职务上深耕8年。他的成绩和能力应该值得上层领导信任，从而决定将董事长席位交给他。此前他担任董事长的时间内，海信的电视业务已经在国内处于强势地位。这跟刘洪新的能力有很大关系。”

“此外，在战略方面，40多岁的

加多宝、蒙牛已与海信云签订战略合作协议，作为首批广告主在海视云平台投放视频广告，广告合同金额1000万元。

其合作方加多宝品牌总监向云在接受媒体采访时评论：“与海信的合作不仅仅是广告投放，未来将尝试探索T2O等跨界创新模式。”海信激活电视用户能基于大数据实现分区域、分屏幕、分用户的精准投放，我们对这块大屏的广告价值是“先知先觉”。

刘步尘针对海信电器所发布

刘洪新作为海信电器的中坚力量一直跟于淑珉配合默契。目前的战略都是由多人综合考虑得出的。所以战略中一定也体现出刘洪新的意见。所以现行战略应该会继续延续，不会有大的波动。”

关于换帅对海信电器内部战略的影响，截至目前，海信电器董秘办公室未能就相关问题进行回复。

的数据置评认为：“海信电器公布的数据是在为未来软件、服务盈利超过硬件设备的目标寻找的一个支撑点。”

不过，对于所谓激活用户突破“1000万”的数据，海信电器并未披露其具体的统计来源。有业内人士指出：“其数据的公信力可能会受到影响。”

他还认为，尽管加多宝和蒙牛在海视云平台上投放了广告，但是1000万元的金额对比家电企业的传统业务营收来说还是太少。

## “三年梦想”实现有待观察

随着传统家电企业盈利下降或增速放缓，众多家电企业只能调整战略思路，寻找盈利“风口”。

公开资料显示，海信电器在保持国内硬件市场排行第一的基础上，正在加强游戏、教育服务、内容提供等软件研发以及内容推广。

在今年6月5日的年度股东大会上，海信集团董事长周厚健就此评论说，公司将依靠技术研发这一核心优势，通过线上线下宣传的结合及资源聚合实现市场的持续增长。公司未来将重点布局以视频、游戏、教育、购物和健康为主的“客厅经济”业务，充分发挥自身在硬件领域的优势推动公司运营服务的增长。

与该言论相呼应的则是海信电器现任总经理代慧忠在不久前采访时透露说：“海信电视的成长性才刚刚开始，我们希望5年后，内容和服务带来的利润大于或等于目前硬件销售的利润。”

而在最近的公开活动上，董事长刘洪新更是透露出海信的野心：“至2017年，海信的智能电视用户数量计划突破3000万，覆盖1亿人群，成为全球最大的互联网电视运营平台。”

上述研究者刘步尘认为，海信电器计划未来让内容和服务的利润超过硬件利润以及“2017年成为全球最大互联网电视运营平台”的梦想“看上去很美”，但实际上将面临众多挑战，能否实现有待观察。

随着互联网企业的崛起，社会中坚力量开始逐步被手机、电脑、iPad等产品吸引而远离电视，这导致家电企业的盈利出现

下滑或增幅放缓。“客厅经济”这一提法出现。家电企业试图将用户重新拉回到电视机前，让电视机保持在客厅中的使用地位。”

不过，从目前实际情况来分析，现在看电视的大部分只有两种人，一种是老人，一种是小孩。中间层年龄段的人都在使用手机和电脑获取视频、游戏等内容。中国消费者普遍愿意为硬件付费而不愿意为软件服务，愿意为设备付费而不愿意为服务付费。业内人士普遍认为，消费习惯是阻碍传统家电企业推动互联网产品服务的重要因素。

证券分析机构国泰君安的报告则对创通家电行业的“客厅经济”发展抱有乐观态度。该机构分析师范杨在一份报告中分析认为，2015年是家庭信息经济的重要转折点。因为智能电视的软硬件技术逐步成熟，产品迭代能力大幅提升。同时消费者对智能电视的接受程度不断提高，用户数量和活跃度达到较高水平。而政策环境趋于稳定，确定的游戏规则下商业模式更容易建立。此外，家庭带宽资源已经可以支撑流畅的1080p视频资源观赏体验。

这位分析师亦承认相关风险的存在。尽管广电总局在视频方面的政策导向已经明朗，新的游戏规则也已确立，但是在游戏、购物、教育等新领域中，如果广电总局再度出手管制，也有可能对家庭互联网价值实现的进程造成重大影响。而如果互联网巨头未能带来足够有吸引力的资源，家庭互联网的发展就难以完成。




# 智能空调 格力“智”造

## 格力家用多联机 开启智能空调新时代

- ◆ 远程诊断 空调故障提前预警
- ◆ 手机联动 APP 操控尽在掌中
- ◆ 一键预设 情景 DIY 随心享受



格力“智”造的创新代表作：“翼之恋”隐形中央空调



服务热线 4008-365-315



好空调·格力造  
www.gree.com