

国内彩电企业或将被洗牌

三网融合加速几家欢乐几家愁

本报记者 吴清 北京报道

三网融合,是指电信网、广电网、互联网三大网络业务范围趋于相同。经过5年的试点,一直不

三网融合方案大推进

所谓三网融合,是指电信网、广电网、互联网三大网络通过技术改造,实现技术功能趋于一致,业务范围趋于相同。网络互联互通、资源共享,能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务。通俗的说就是三网融合后,看电视、打电话、上互联网,一条线路搞定,也就是说,以后在电视上打电话、逛淘宝不再是梦。

当然,三网融合并不简单意味着三大网络的物理合一,更主要是

多方暗战“三网融合”

其实,我国对“三网融合”的规划由来已久,早在2001年通过的“十五计划纲要”里,就首提“三网融合”,然而一路下来的推进过程却非常艰辛,方案出台比原计划推迟了近一年。

方案艰难推进的背后,是几家欢乐几家愁,以及广电、电信等部门的博弈不断。

按照国外经验,三网融合的前提是基础设施融合,首先融合的是内容。目前广电、电信、互联网都是IP网,技术构架相同,三网融合早已不存在技术层面的障碍,真正的束缚正是来自广电、电信等部门的利益博弈。

融合电视业务和电信业务特点的IPTV可能是最先受益者。据一名中国电信工作人员介绍,电信已经全国各省基本都搭建好IPTV平台,现在正在加大推广IPTV的力度。据记者了解,中国电信已经在

温不火的三网融合终于要向全国推行了。

8月25日,国务院办公厅印发《三网融合推广方案》(以下简称《方案》),加快在全国全面推进三网融

指三者业务的融合趋同。

“广电企业和电信运营商分别都可以发展对方的业务了,而这也能催生丰富的增值业务类型和新的消费、经济增长点,三网融合研究专家、融合网总编吴纯勇对《中国经营报》记者表示,这也是国家大力推动三网融合的初衷,在当前经济相对低迷的背景下,这种需求更为强烈和迫切。

相对于此前各地的试点版本,此次发布的《方案》有几点值得关

国内广东等地推行0元服务费的优惠活动。

在这种强力的宣传推广下,广电系统的有线电视运营商情况似乎不太妙。“每月20多元的有线电视维护费是有线电视运营商的主要收入之一;而对于财大气粗的电信运营商们来说,在新开拓的领域里砸钱打开市场事属必然”,吴纯勇认为,虽然每年只有400元左右的费用,但对消费者仍然极具吸引力,未来有一定比例的有线电视用户转向IPTV都在意料之中,而且比例可能还不低。

10年前,广电企业主动积极推进三网融合,或将引领和催动相关行业市场的发展,10年后的今天,广电企业实质上成为拖后腿的那部分,广电企业的改革创新似乎也到了“箭在弦上,不得不发”的地步。据记者了解,中国电信已经在

合,推动广电网、电信网的双向进入,推动信息网络基础设施互联互通和资源共享。

三网融合概念早在1998年就被提出,直到2010年才被政府提上

注:一、中宣部、工信部、新闻出版广电总局等多个部委成为推动三网融合主要管理机构之一,而网信办则首次成为成为管理机构之一;二、明确提出推动电信法与广播电视传输保障法的立法工作,为广电、电信业务双向进入提供法律保障;三、此前争议很多的IPTV业务,方案中用了近400字进行说明,可谓浓墨重彩。

吴纯勇认为,多个部委加上网信办共同成为三网融合管理机构,

市场,广电可能会积极主动地主导这次的三网融合,发展互联网、电信业务,在新的业务渠道获得新的业绩增长空间。

广电企业显然不会坐以待毙。歌华有线公司正是广电有线电视运营商中的代表企业,2010年,歌华有线被列入国内三网融合第一批广电试点企业。压力之下,2011年,歌华有线研究制定了“一网两平台”战略,加快高清交互数字电视推广,积极拓展三网融合业务,推进“公司由单一有线电视传输商向全业务综合服务提供商”的战略转型。

据介绍,歌华有线开展的三网融合业务,主要包括集团数据业务和家庭宽带业务。其中,集团数据业务方面,建成了互联网、数据传送等服务平台,为各类用户提供三网融合解决方案及综合信息服务,

工作日程,直到5年后的现在试点阶段才结束。不温不火、进展缓慢的背后是广电、电信运行商不同的利益诉求和激烈的暗战,还有彩电终端企业看似“淡定”的无奈。

显示对三网融合网络监管的高度重视,加上推动电信法相关传输保障法立法工作,表明政府着力建立一个职责清晰、管理高效的新型监管体系,以应对三网融合带来各种挑战。“包括对争议颇多的IPTV业务也不讳言,说明政府这次对三网融合方案准备充分,决心大”吴纯勇说。

可以说,本次国务院下发《方案》,实际上吹响了三网融合全面推进的冲锋号角。

如今数据业务接入超过3万线;家庭宽带业务方面,率先在全国有线电视网率先推出了机顶盒自助开通宽带上网服务,与北京电信合作推出共有品牌“华翼宽带”并在全市范围推广,目前家庭宽带用户超过35万户。

对于歌华有线转型的阶段性成效,一位广电系统工作多年的工作人员认为,北京地区的有线电视维护费每月18元左右,而其他大多数地方都在25元以上,北京地区有线电视运营商面临竞争压力更大,求新求变意识更强;同时北京地区宽带等各种基础设施较好,有利于开展相关业务。“国内除了歌华有线,还有深圳天威视讯、上海东方有线都是目前广电企业中转型较好、过得较滋润的情况也与歌华有线类似,”上述工作人员表示。

彩电企业期待破局

不管如何,作为三网融合的直接利益相关方,广电系和电信系的博弈依然会不断持续甚至升级,而作为终端生产的彩电企业又怎么看待这个即将到来的“三网融合”?

在三网融合的背景下,所有的终端生产的彩电企业都将发生剧烈的变化。因为,今后的终端都将是网络终端,这就意味着终端生产企业对用户的责任将发生变化,包括技术维护、软件升级等,而智能互联网电视的市场蓝海也逐渐清晰,如果三网融合真的实现,可以预见的将来,一台有互联网功能的电视机将成为家庭标配。

正因为有这样的期待,在2010年三网融合试点刚开始的时候,曾引爆彩电企业的互联网电视的热潮:创维投放50万台酷开LED电视,迎接三网融合;TCL则牵手CNTV、浙江华数等牌照方,推出了X9200等智能互联网3D电视新品;康佳联合数十家软件开发厂商达成了关于智能电视软件开发的合作协议;而海信则打出“海信高清引领三网融合”的广告语。

但记者发现,这些新闻密集出现在2010年前后,此后便普遍陷入沉寂。“三网融合是可以激活一部分互联网电视需求,但直接的影响有限,关键是三网融合困难重重、进展缓慢,漫长的等待消耗了彩电企业们的热情”,知名家电专家刘步尘表示。

梁振鹏认为,三网融合对彩电企业的影响主要有三点:一是三网融合后,电视平台功能更全,彩电企业的产品研发空间更大,方向和重点也会发生一些变化;

二是电视平台功能不断拓展,可以购物、通电话等,这无疑将激活一部分互联网电视的需求;三是三网融合将激活一部分机顶盒市场,传统彩电企业中很多比如长虹、创维等都有机顶盒业务,未来有一定市场空间。

这得到了刘步尘的认同,随着三网融合的全面推开,特别是像三四线城市特别是农村的推广,无疑会激活一部分互联网电视的需求。

不过市场激活的前提是,三网在全国真正地实现融合,实际上,三网融合各地试点已经5年多,但广电、电信之间业务依然壁垒重重,推进效果也差强人意。

相较于5年前各家彩电企业的密集表态,5年后的今天,彩电企业们已经更多了份淡定和淡然。

创维集团彩电事业部执行副总经理黎杰伟告诉记者,创维为迎接三网融合到来其实做了很多准备工作,去年还专门成立了创维三网融合电视应用工程实验室,打造面向三网融合电视技术应用和研究方面的重要创新载体。“但三网融合的推进不如预期,但我们本身紧跟国家政策和市场变化,积极拥抱三网融合的到来”,黎杰伟说。

记者随后采访了TCL、康佳等传统彩电企业,其均表示了类似的想法,安徽康佳电子有限公司总经理于海对本报记者表示,其实三网融合已经提出很久了,彩电企业从技术上、生产上都早已做好准备,就看三网融合实际推进的程度和市场激活的情况。

商学院 CEIBS



深度解密, “创客”是怎样炼成的

走进联想 神奇工场

活动价值: 中国创新研究中心联合《商学院》杂志经理人社区、中国经营报社,举办一系列探索企业内网创新探索活动,邀请中核MBA经理人、经理人社区会员走进“创客”们的世界,为你打造一个与联想、IBM及联想高管交流的机会

9月17日,本站请来今年智能手机的知名黑马企业。

活动亮点:

- 中国创新研究中心联合中国经营报社与《商学院》杂志、CEIBS、中核MBA2008级校友论坛一起,为创客们企业里创客组织的生存之道。

招募说明:

活动地点:北京(中国北京海淀区北四环世纪6号)

面向对象:企业中高层管理者

主办单位:《商学院》杂志社·经理人社区、中国经营报社

仅5席,席位有限,欲报从速!

经理人社区简介:

经理人社区是由中国经营报社旗下《商学院》杂志开创的一个企业精英人士学习交流的平台。2012年社区首次“走进名企,标杆学习”品牌活动,得到会员精英的

我们以基础,先后走进国美、万科、华为、支付宝、海康威、百度、腾讯、可口可乐、360、腾讯、招商银行、携程、微软等11家名企

中国经营者俱乐部简介:

中国经营者俱乐部由《中国经营报》发起,以“聚拢经营精英企业长青”为核心使命,充分整合《中国经营报》近30年一起成长的忠实读者,在俱乐部聚合中国经营者成为一个紧密互助的共同体。“对标学习,跨界互见”两大核心功能为特色,为中国经营者打造一个“对标学习、跨界互见”为高频的社群会员交流与服务平台。

预告:

即将走进:教育、格力、华为、万科、TCL……

其他:

- 深度解密,“创客”是怎样炼成的
- 现场学习费用:5980元(非会员价)
- 经理人社区会员、中国经营者俱乐部会员
- 该不同级别享受相关会员权益

活动咨询电话:

李老师:13811871663
周老师:18627254867
吴老师:15727376568





了解详情,索取资料,请扫二维码。
关注商学院、经理人社区、中国经营报从官方渠道公众号。

中国经营报 商学院

“粉丝见面会”



扫码报名参加

走进中国经营报社
互联网+：新职场·新领袖

——暨职场微信官微“你问我答”第100期线下沙龙

2015.9.17

活动时间:2015年9月17日(星期四)13:00-16:00

活动地点:中国经营报社·互动式职场学习

活动形式:商务接待、职场粉丝

参加对象:《中国经营报》、《商学院》、经理人社区、中国经营者俱乐部

联合主办:中国经营报、经理人社区、经理人社区

活动规模:30人

报名方式:扫描二维码

联系人:李老师、周老师

联系电话:13811871663、18627254867

邮箱:lid@cbnet.com.cn
zhoumengting@cbnet.com.cn




了解详情,索取资料,请扫二维码。
关注商学院、经理人社区、中国经营报从官方渠道公众号。