

互联网电视产业群雄逐鹿

□本报记者 高改芳 徐金忠

互联网电视行业烽烟再起。日前,“超维生态”组成各方,东方明珠(600637)、兆驰股份(002429)、风行在线、海尔和国美再次聚首上海,共同宣布推出三款超低价4K互联网电视。这意味着上述五家企业组成的“五珠连环”超维生态圈将正式挑战乐视、小米的互联网生态圈。

风行网CEO罗江春接受中国证券报记者专访时表示,传统的电视台有几千亿的盘子,如果电视可以互动起来,至少会有同等量级的盘子。随着市场演进,老百姓接受双向互联网电视之后,这个几千亿盘子的价值就会体现出来。未来,从内容端、运营端和基于场景的应用端入手,互联网电视的前景将更加广阔。



IC图片

超维生态异军突起

12月10日,“超维生态”宣布推出55吋、49吋和43吋三款4K互联网电视,售价分别为2799元、2299元和1799元,以超低的价格抄底互联网电视。这三款4K互联网电视由兆驰股份设计制造,东方明珠提供播控和海量正版的内容,风行网提供互联网运作支持。

此前,今年9月23日,东方明珠、兆驰、风行、海尔和国美在北京举办主题为“五星连珠 光耀星汉”的风行电视战略发布会,五家行业巨头以资本入股的方式深度合作,共同构建起互联网电视行业的“超维生态”。

10月,兆驰股份发布公告称,将向上海东方明珠新媒体股份有限公司、青岛海尔股份有限公司及北京国美咨询有限公司共3名符合中国证监会规定的特定对象非公开发行2.38亿股,募集资金总额不超过29.4亿元,募集的资金在扣除发行费用后拟投资于互联网电视业务联合运营项目。

乐视网(300104)日前公告将斥资19亿元入股TCL多媒体,智能电视之争再度升级。

根据公告,乐视将通过旗下全资子公司乐视致新认购TCL多媒体新股3.94亿股,共投资近19亿元,乐视将持有TCL多媒体约20%的股份。据了解,TCL多媒体是TCL集团的子公司,也是全球最大的LCD电视机生产及分销企业之一,在国外占据有很大的市场份额,不过,TCL目前正处于转型过程中,需要打破本身固有的模式。而乐视致新是超级电视等智能终端的销售商,乐视超级电视本身就是互联网品牌,在业界有着不错的口碑,但是在硬件制造等方面却并没有太多优势。双方将基于智能电视的业务展开合作。

事实上,在此次大手笔与TCL展开合作之前,乐视已经在乐视体育、手机、信贷

兆驰股份为什么要选择从制造企业向互联网电视运营公司转型?兆驰股份董事长顾伟介绍,今年的产业环境和中国制造业整体的情况,使得包括兆驰股份在内的制造业企业感觉到光靠ODM这种形式,在不久的将来会有很大问题。这迫使兆驰进行转型。兆驰是传统的制造业,优势是电视成本控制。兆驰能够开发出一个性价比非常好的电视,把电视机成本做到比同行低7%-8%,还有就是兆驰的资金优势。

顾伟介绍,东方明珠很多机顶盒是在兆驰这里生产,在这个过程中,大家谈起企业转型。东方明珠的优势是牌照,全国总共七张牌照,有了牌照就可以做互联网电视。其次是优秀的内容,东方明珠电影的版权市值在全行业是最高的,比爱奇艺、优酷网还要多。

于是,“风行电视”应运而生。兆驰股份用资本的杠杆把大家结合在一起:兆驰股份增发,东方明珠认购22亿元,国美认购

3.7亿元。同时,在风行电视里面,兆驰占股51%,风行在线管理团队占18%,东方明珠占股20%,国美和海尔则分别是5%和7%的持股比例。

顾伟介绍,超维生态合作伙伴的目标是,风行电视在春节前发到用户手上100万台,明年全年要做到400万台。

据介绍,风行电视从广义上讲不只是一个型号,既有风行网自己推出的风行电视,还包括搭载风行OS的海尔和熊猫电视。在未来三年1200万台的目标销量中,海尔承诺了100万台,国美承诺了50万台,熊猫也承诺了50万台,这样的话就有200万台了。在销售渠道方面,风行电视将在线上线下同时进行销售,具体来说,搭载风行OS的海尔和熊猫电视将在海尔、国美和熊猫的线下渠道进行销售,同时也会引入风行网线上商城,而风行网自有品牌的电视则将只在风行线上商城进行销售,不会涉及线下。

式的生态圈,好处是没有哪一家会承担特别大的风险。

关于乐视互联网电视的销售情况,顾伟认为,乐视电视仅仅是用互联网的销售模式,销售量估计会遇到瓶颈,因为粉丝经济不能维持乐视整个销售的需要,这么多年来乐视才卖出300多万台。有鉴于此,超维生态打算采用传统模式和现代销售模式相结合,比如国美、苏宁的渠道,又比如代理商的渠道,超维生态也会通过淘宝、京东、天猫来进行销售,只有这样,风行电视的销售量才会直线上升。

东方明珠新媒体股份有限公司总裁凌钢则认为,所谓的生态圈是要把这个产业所需要的各种要素都要配置齐全,而且,这个配置是要有竞争力的配置。是不是真正的生态圈,也有待时间检验。

东方明珠“大棋局”

方明珠占股19.76%。借助资本的力量,东方明珠联合各方力量共同布局互联网电视。凌钢曾表示,重组后的东方明珠未来目标是,3年发展3000万互联网电视有效月活跃家庭用户,1亿移动互联网电视月活跃个人用户。

近期,东方明珠频频出击,与多方签署战略合作协议,形成“组团”掘金互联网电视、互联网视频业务的局面。

12月5日,东方明珠与网宿科技签署战略合作协议,双方将在社区云、CDN内容分发以及增值应用引入等领域结成全面战略合作伙伴关系。东方明珠将投入优势内容资源,网宿科技则将投入相应的CDN、网络等资源,形成内容、应用、运营平台到终端的深度协作,实现从内容制作、传输到家庭终端访问整个环节的优化。

12月8日,东方明珠又公告,公司与中兴通讯、中兴九城网络科技无锡有限公司签署战略合作协议,三方将在智能终端、多媒体终端的视频内容上展开合作,中兴通

讯和中兴九城将协助东方明珠视频内容的落地,东方明珠将在互联网电视增值应用中与中兴九城积极开拓用户,扩大市场份额。同时,东方明珠下属全资子公司百视通技术公司与中兴通讯开展手机端展视频业务合作,在内容输出和品牌产品预装方面建立深度合作。

同日,东方明珠还公告,公司将与华为达成战略合作,就东方明珠所拥有的内容集成播控平台、视频内容以及东方明珠所拥有的内容运营经验,与华为的手机、Pad等移动终端以及其他相关资源进行组合,共同合作移动互联网视频增值业务。

东方明珠总裁凌钢:

“两个半条件”引出超维生态

□本报记者 徐金忠

东方明珠志在成为构建互联网媒体生态的“领军者”,近期,公司携手兆驰股份等共推互联网电视“风行电视”,联合华为和中兴发力移动互联网,与亚马逊AWS合作公有云,联手网宿科技布局CDN,牵手奇虎360打造联合品牌“BesTV 360”,等等,俨然已经成为互联网媒体、影视娱乐等创新事物的“弄潮儿”。东方明珠新媒体股份有限公司总裁凌钢日前在接受中国证券报记者专访时强调,在互联网电视领域,相关合作方将“经营并分享”利益。随着东方明珠互联网媒体生态战略的推进,公司将坚持业务导向,创新运用各种资本运作形式,在互联网媒体领域做到“极致”。

“两个半条件”的合作

12月10日,东方明珠联合兆驰股份、风行网、海尔、国美和熊猫电视,在上海发布自主互联网电视品牌“风行电视”,共同打造超维生态。“风行电视”的超值价格以及销售“野心”,令其成为互联网电视行业的“鲶鱼”。

“当时,兆驰股份董事长顾伟希望向互联网电视转型,我觉得双方可以有很多契合点。东方明珠可以为兆驰股份的转型提供‘两个半条件’,但是做这件事情需要‘三个条件’。”凌钢回忆双方最初达成合作意向时称,兆驰股份没有内容平台,且不可能去做内容,现行法律也不允许兆驰股份去做内容,但与东方明珠合作,兆驰股份就找到了巨量内容资源,此为其一;做互联网电视,兆驰股份缺乏可以承接这一使命的平台,而东方明珠旗下的风行网则在互联网视频领域抢占先机,可以作为后期操作的平台,此为其二;“半个条件”则在销售环节,“当前的销售是线上线下结合,东方明珠可以提供‘半个条件’,风行网的销售可以覆盖3000多万的日活用户,但是线下没资源”。

在兆驰股份寻求互联网转型的同时,东方明珠的转型同样“稳扎稳打”。凌钢介绍,与兆驰股份等共同构建的超维生态,实则也是东方明珠在OTT(互联网电视应用服务等)领域的必然布局,“新东方明珠在面世之际就已经明确要做OTT,包括B2B和B2C两种模式。此前东方明珠优势在B2B领域,但B2C领域一直是东方明珠攻坚的重点。”凌钢表示。

观察OTT的B2C领域,却发现这不是一门“好生意”:没有成熟的盈利模式,业内企业连年亏损,等等。据悉,凌钢在上任东方明珠之初,就果断舍弃了硬件铺路的老路,叫停东方明珠内部硬件业务。“我们一直在探索B2C领域的创新模式,以开放的、借力的、

共赢的模式去做B2C端用户开发。机缘巧合之下,萌动转型意向的兆驰股份进入我们的视野”。

如今,双方的合作已见成果,风行电视已经震撼登场,而且,在互联网电视的合作中,东方明珠和兆驰股份等独创了“双层股权结构”。“双层股权结构包括两个部分,第一层是风行网的股权,第二层是兆驰股份的股权,在其中我们两兆驰股份等是交叉持股等关系,形成了资本上的‘战略同盟’。”凌钢表示。

这样的资本投入关系背后是东方明珠在互联网领域投资的“法宝”:资金投入避免马上进入经营领域,股权投资更容易保证投资收益。凌钢认为,今天互联网行业的收益不只是以商业来判断的,股权投资人也是核心组成部分。“将来只要风行网的模式实现,风行网挂牌新三板或者登陆战略新兴板后,股权投资将获巨额回报。而且,对兆驰股份的股权投资价值,随着公司的转型也是水涨船高。”

经营并分享利益

东方明珠已经成为互联网领域绝对的“明星”。在百视通吸收合并东方明珠,成立新的东方明珠后,立志打造“互联网媒体生态”的东方明珠,无论是在资本上还是业务上都频频引领行业“风骚”。

“互联网中有个词叫极致。东方明珠现在正在将事情做到极致,而超极致的竞争对手可以说还没有出现。”凌钢自我评价称,“商业的事情不是做一个样子,而是要基本达到一个条件,才能是商业模式的确立。互联网电视是为了获取有粘性的用户,用户正成为东方明珠需要获取的资源,东方明珠最终的目标也是为了更好服务用户。BAT(百度、阿里、腾讯)能站在互联网行业的高点,是因为其用户数量达到了一定的高度。我们现在追求的是通过两三年的努力,达到亿级规模的用户,届时就可以与BAT站在一条线上说话。”这是东方明珠的清醒认识和勃勃野心。

“所有的产品都是外壳,最终是为了用户服务”,在这样的“座右铭”指引下,东方明珠和兆驰股份等各方的互联网电视合作也将“更上一层楼”。凌钢清楚地认识到,东方明珠最后的核心利益在于用户,东方明珠在经营用户资源过程中,将联合兆驰股份等各方力量经营、分享利益。“在互联网电视领域我们有很好的优势,兆驰股份的电视设计、制造能力突出,在互联网电视性价比方面,我们占了先机;东方明珠的版权、内容资源得天独厚,互联网电视的核心已经练就;现在要做的是将风行电视‘低价’铺开去,东方明珠成本相对固化,兆驰股份等合作伙伴的收益将在产品铺开过程中获得快速放大。”

兆驰股份董事长顾伟:

把风行互联网电视做成老大

□本报记者 杜雅文

作为国内彩电ODM大佬,兆驰股份董事长顾伟非常清楚电视机行业面临的挑战,其谋划公司转型升级已有数年之久。2015年竞买风行在线、联手东方明珠、海尔、国美之后,他的转型战略终于豁然摊开。这种全明星阵容组合——电视生产平台+内容平台+运营平台+品牌渠道——在中国的互联网电视发展史上,注定会留下浓墨重彩的一笔。而他做互联网电视的目标只有一个——行业老大。

成本优势明显 价格秒杀同行

顾伟日前接受中国证券报记者采访时表示对“五珠连环”充满信心。他说,当前客厅入口争夺战非常激烈,传统电视厂商和互联网电视品牌打得不可开交。说到底,消费者选择品牌最终看的还是价格和品质。兆驰在这两点上都有优势。

国内消费者对兆驰生产电视机还是比较陌生,原因是兆驰站在一些大牌电视品牌后面时间太长,它主要为一些大牌厂商代工(ODM),而且产品主要是出口,做国内市场也就是近几年的事情。

包括顾伟在内的多位兆驰内部人士都向中国证券报记者直言,兆驰的最大优势就是技术研发和成本控制。也正因如此,兆驰一直在海外电视代工市场上游刃有余。

12月10日,五家公司联姻后的首个产品——风行互联网电视正式面世,这也让兆驰引以为傲的成本优势显露无遗。55吋的4K电视仅2799元,49吋只需2299元,43吋低至1799元。如此低的价格让消费者不禁惊呼,“一个苹果手机可以买两台电视,绝对的白菜价。”这个定价的竞争力,不仅比传统电视厂商便宜,即使较之某知名互联网电视品牌也是秒杀。按照顾伟的说法,风行互联网电视未来三年要销售1200万台,成为行业老大。

双层股权结构 关系更加牢固

顾伟的信心不仅来源于兆驰的技术和成本控制,还来源于五珠连环、强强联合。当然,更核心的是背后的双层股权结构。

顾伟说,当初设计兆驰、风行、东方明珠、海尔、国美五珠连环,目的是想避免封闭发展模式弊端,做一个开放式平台,要发挥各家所长,尽快占领市场。在其余四珠中,他认为,东方明珠的优势有二,一是拥有互联网电视牌照,全国仅七张,相对稀缺;二是有优秀的内容,东方明珠电影版权市值是全行业最高的。而风行是互联网运营平台,曾经是名噪一时的网站,运营团队和技术团队总共700多人,经验丰富,懂得运营。海尔、国美有品牌、有渠道,海尔年销售电视近500万台,国美年销售三洋电视一百多万台。

顾伟说,五家整合起来,一年的互联网电视销量就可以超过百万台,轻松实现对某品牌互联网电视的超越。

“当然,这5家公司不光是产品串起来。”顾伟说,仅仅是产品串起来关系还不牢固,因此他们通过资本市场工具,用股权的方式将五家公司之间串在了一起。更有意思的是,这个股权设计还是双层结构。

第一层是风行在线的股权结构。今年8月,兆驰发布了参与竞买北京风行在线技术有限公司63%股权的公告,竞买价格为9.67亿元。顾伟透露,未来风行在线除了控股股东兆驰股份,东方明珠、风行管理团队、海尔、国美等都将参与其中。

第二层是兆驰的股权结构。兆驰最新定增方案中,东方明珠拟认购1.78亿股,约合22亿元,青岛海尔和国美分别拟认购3000万股,每家约合3.7亿元。三家合计认购29.4亿元,为2.38亿股,约占公司定增后总股本的13%。

顾伟认为,这样的双层股权安排能对各方形成有效激励,这样串起来的关系才会比较牢固,才能发挥战斗力。

三年把风行市值做到500亿

作为一个企业家,顾伟毫不避讳自己的保守。“我们2010年上市的超募资金,这次收购的时候才用完,时间将近五年。”他认为保守实际上也是稳重的体现,“我们必须有90%以上把握,才会做这么大投资”。

根据定增方案,此次兆驰募集的29.4亿元资金,将全部用于风行互联网电视的运营,包括搭建智能超级电视硬件平台、搭建包括视频、游戏、医疗、教育、电商等在内的内容云平台、搭建全渠道覆盖的自有品牌销售平台。

虽然是触屏,但顾伟的重心还是放在电视平台和终端用户上。相应的,他并不认同互联网产业漫无边际地烧钱方式。

按照他的意思,前期风行互联网电视将借助东方明珠的牌照和内容来布局,并与对方分成。此外,他并不排斥在未来引入爱奇艺或优酷等优秀网站的内容。

他表示,有了1000万以上的基础用户,什么事情都好做。“我们可能会做风行视频,搞风行体育、风行医疗、风行教育、风行影院,我们的商业模式都会出来,包括物联网一些操作。”顾伟透露,明年下半年会考虑新的商业模式,“最终兆驰不光是靠硬件赚钱,也可以通过互联网运作来达成目标。”

据中国证券报记者了解,作为双层股权结构之一的风行在线,未来的安排是上市。按照顾伟的理解,等到风行在线用户到了1200万以上时,这个平台的估值可能达到500亿元。