



电视开机广告,“一键关闭”!

对于开机广告这一商业行为中存在的乱象,各行业协会也采取了跟进措施。

最近,智能电视开机广告再度引发关注。历时近一年的“智能电视开机广告”消费民事公益诉讼终于有了结果。近期,江苏消保委向法院主张的智能电视开机广告必须拥有“一键关闭”功能,得到判决支持。当内置广告不再是无解的“顽疾”,电视行业的良性竞争时代也将随之到来。

自从“互联网电视”这个概念问世以来,电视的价格就直线下降:如今两千块钱就能买一台65英寸4K液晶电视,可以说是“白菜价”了。然而,天下没有免费的午餐。很多消费者发现,逐渐加长的开机时间成了电视厂商获利增长点。开机广告时长短则十几秒,长则几分钟,而且不能跳过、不能快进,更有甚者连关机都不行,让消费者不堪其扰。

一直以来,人们对智能电视开机广告的讨论和争辩未曾停止。最近,智能电视开机广告再度引发关注。历时超过一年的“智能电视开机广告”消费民事公益诉讼终于有了结果。

2019年7月,江苏省消保委开展了针对智能电视开机广告的一系列调查、整改、诉讼维权专项行动,对存在问题的海信、小米、创维、夏普、海尔、长虹、乐视七家智能电视品牌企业进行了长达一年的约谈、跟踪和监督,要求企业提供开机广告“一键关闭”功能,切实保障消费者的选择权。2019年12月12日,江苏省消保委对拒不整改的乐视电视所属企业乐融致新电子科技(天津)有限公司(以下简称“乐融公司”)依法提起消费民事公益诉讼。近日,南京市中级人民法院一审宣判乐融公司智能电视开机广告侵犯了消费者选择权和公平交易权,应予整改。至此,江苏省消保委主张的“一键关闭”功能得到判决支持。

值得一提的是,对于开机广告这一商业行为中存在的乱象,各行业协会也采取了跟进措施。自2019年启动开机广告系列维权专项行动后,中国电子商会与江苏省消保委联合推动开机广告团体标准出台。2020年9月23日,《智能电视开机广告技术规范》正式生效施行。同年9月13日,中国电子视像行业协会发布的《智能电视开机广告服务规范》也正式实施。两个《规范》均对智能电视开机广告的播放时长、关闭能力,以及对广告内容的合法性等方面提出了明确要求。比如,要求开机广告播放总时长不应超过30秒,并应在播放过程中具备关闭能力等。

“一键关闭”功能的提出,其实就是希望把对于电视的主动权还给消费者。再无电视开机广告了呢?中国电子商会秘书长彭李辉对《中国电子报》记者表示,电视开机广告仍会存在。他指出:“‘一键关闭’功能并非是将开机广告‘一棍子打死’,而是基于现有的模式,要求厂商在广告播放的时候增加‘关闭’按钮,让消费者有选择关闭的权利。

电视硬件不是价格卖得越低越好,国产智能电视靠开机广告维持营收不可持续。LG、索尼三家国际品牌的部分销售人员就以此作为宣传话术。而国内品牌荣耀智慧屏也号称“2秒开机,没时间放广告”。

在中国财政科学研究院应用经济学博士后盘和林看来,没有开机广告的国际品牌电视,价格高、口碑好,说明硬件不是价格卖得越低越好,国产智能电视靠开机广告维持营收不可持续。“国产品牌必须正视消费者的使用体验和时间成本,否则可能得不偿失。”他说。

当内置广告不再是无解的“顽疾”,电视行业的良性竞争时代也将随之到来。的必然是自身的长远发展。”彭李辉认为,接下来,电视企业应更专注研发、提升技术和服务水平、丰富产品内容,推出令消费者满意的产品。当产品足够优质,获得消费者的认可、喜爱、信任和支持之后,产品的价值随之上升,企业自然会收获利益。

当内置广告不再是无解的“顽疾”,电视行业的良性竞争时代也将随之到来。告别低价竞争,回归价值本质,无疑将成为所有电视企业最首要的任务。

社址:北京市海淀区紫竹院路66号赛迪大厦18层 邮编:100048 每周二、五出版 周二8版 周五8版 零售4.50元 全年定价420元 广告部:010-88558848/8808 发行部:010-88558777 广告许可证:京石工商广登字20170003号 发行单位:中国电子报社 印刷单位及地址:经济日报印刷厂 北京市西城区白纸坊东街2号

今年小米推出售价5万元的透明OLED电视,赚了噱头和极高关注度,也将透明显示带入大众视野。相比作为电视屏幕,业界普遍认为,追求美观、科技感、空间感并且预算较高的商用场景,才是更适合透明显示大展拳脚的领域。

透明显示技术“群芳争艳”

上应用最多的透明显示产品,具有超广视角、超轻超薄、透视率高(可达80%~95%)、价格较低等特性。LED透明显示产品可分为PCB镂空LED屏、LED冰屏、LED晶膜屏等,已经被广泛应用于橱窗美化、巨型室内装饰以及大屏展示等。其中,LED晶膜屏因柔性和可折叠等特点被业界看好。

据悉,晶膜屏采用LED灯珠裸晶植球技术,灯板采用透明晶膜胶片,表面蚀刻透明网状电路,表面贴完元器件后采取真空密封胶工艺,可弯曲可裁剪,可直接贴在玻璃幕墙上,不破坏建筑原结构。不播放时屏体隐形,不影响室内采光。

那么,哪种透明显示技术才是商用显示的完美搭档?在刘会莲看来,从透光率上看,LED直发光类透明屏的透光率最高,其次是OLED产品,透光率大约在40%左右。由于LCD是被动发光的,无论如何都需要背光源,所以LCD所谓的透明并不是真的透明,而是通过技术手段增加透光率而已。从成本角度分析,目前OLED成本最高,其次是LCD。但是由于LED直发光透明屏的成本与诸多因素相关,包括点间距、箱体、灯珠、PCB板、电源等,高PPI LED产品的成本有可能会超过LCD甚至是OLED。

谈到为何越来越多透明显示产品被应用于商用场景,有专家分析认为,商场、酒店等场所更追求空间感和美观性,透明显示产品无疑可以同时满足以上需求。刘会莲认为,市场对标准化和模块化的建筑材料型显示器的追求越来越高,未来商用显示产品或将和玻璃一样,成为建筑模块中不可缺少的一部分。但是在现阶段,各透明显示技术仍有诸多难点亟待突破,与商用场景适配度有待进一步提高。

透明度与分辨率的平衡是透明OLED面板面临的最大难点,如果提高屏幕分辨率,透光度也就随之降低。奥维睿沃总经理陈慧在接受《中国电子报》记者采访时指出:“如何在技术层面上同时提高分辨率和透明度是透明OLED产品向大众普及的关键。”

马蓓蓓指出,OLED作为主动发光技术,不需要背光系统,开口率也更高,适于制作高透光率透明屏幕,不过在制作整机的过程中,还需要其他系统和元器件的高度配合。与OLED透明显示产品一样,LED透明显示也存在技术难题。

赛迪顾问高级分析师刘瞰告诉《中国电子报》记者,由于商用领域的LED灯珠较大,使得LED透明显示产品的分辨率较低,影响图像呈现效果。不过,该类显示屏一般放在商场或者空间较大的场所,对分辨率要求不高。不过,要想达到精细商用显示的要求,LED还有很长的路要走。在刘瞰看来,从技术原理来说,Micro LED也完全可以做成透明显示产品,如果未来实现技术攻关,透明显示产品的分辨率和显示效果可以得到进一步提高。

尽管透明显示因OLED受到更多关注,但是可以实现透明显示的不仅有OLED、LCD、LED、Micro LED等均可以实现一定程度的透明显示。目前,LCD和LED透明显示产品已经在商用显示领域大规模应用,产业化程度远高于OLED透明显示屏。

Omdia首席分析师刘会莲在接受《中国电子报》记者采访时表示,LCD采用特殊液晶材料,放弃CF和偏光片,也可以大幅度提高透光率,实现透明显示。目前,该技术多用于商品展示柜屏幕、冷藏柜屏幕、鱼缸屏幕、无人售货机屏幕等,售价不菲。LED透明屏幕是目前市面

