



家电企业“结”网 谋转型

继美的与小米、苏宁与阿里、格力与京东等之后，又一对传统家电企业和互联网企业走到了一起。乐视网出资近 19 亿元人民币认购 TCL 多媒体新股，以 20% 的持股比例成为 TCL 多媒体第二大股东，通过资本联姻，双方将在战略资源和商业模式方面形成多维度的深度合作。业内人士认为，随着互联网+之下传统家电转型的进一步深入，未来将有越来越多与互联网企业结合的案例。

TCL 与乐视“先结婚后恋爱”

据 TCL 多媒体与乐视网发布的公告显示，TCL 多媒体与乐视网控股子公司乐视致新签订了《股份认购协议》，根据协议安排，乐视网通过乐视致新在香港设立的全资子公司，投资约 18.71 亿元人民币，以 6.5 港元/股的价格认购 TCL 多媒体新股 3.49 亿股。本次投资完成后，乐视网将通过乐视致新持有 TCL 多媒体约 20% 的股份，并向 TCL 多媒体提名 2 名董事。

这是一段“先结婚后恋爱”的姻缘。TCL 多媒体 CEO 薄连明接受记者采访时笑称，传统彩电企业和互联网企业起初互相看不起，“都想着什么时候灭了对方”，但最后发现谁也灭不了谁，各自生态中都缺乏对方能力的一环，就产生了结合的想法。但他也透露，双方开始接触时并没有想到资本层面，仅从业务角度去探讨合作的可能，但发现没有资本的纽带，业务方面的联系还是不够紧密。

至于为什么是乐视入股 TCL 多媒体，而非 TCL 入股乐视。TCL 多媒体 CFO 王轶

表示，两家企业的体量不同，目前的资本合作形式是双方谈判的结果，“但具体细节不方便透露”。他表示，两家企业有各自的基因，未来双方磨合还需要时间，“但以资本为纽带，今后的业务合作很容易找到协同点和共同点去开展”。

各取所需，共谋加速发展

这也是一次各取所需的结合，TCL 集团董事长兼 CEO 李东生当天站岗时谈到，“我们一直在寻求一种方法来加速双+转型”。他希望把乐视在智能电视的应用和服务，包括产品、商业模式方面的能力，与 TCL 在智能电视的用户规模、渠道资源以及供应链等优势方面进行很好的嫁接，建立一个互补双赢的商业模式，并通过与乐视的结合，建立新的生态链的商业模式。

而乐视创始人贾跃亭则表示，主要看中的是 TCL 作为全球出货量排名第三的电视机厂商，在硬件产业链上彻底打通的能力。“和 TCL 的合作，是乐视生态开放的重要战略举措，我们希望借助 TCL 强大的上游 8.5 代线生产能力以及全球化的供应链提供能力，加速乐视的生态开放和乐视的全球化进程”。

据乐视控股战略副总裁阿不力克木·阿不力米提介绍，这次合作，双方将在资源双向开放、协同产品研发、联合用户运营、海外市场拓展四个方面进行。尤其是在国际化方面，薄连明介绍，TCL 国际化布局十多年，47% 的收入来自于海外，乐视拓展海外市场时，可以借助 TCL 的供应链平台，而乐视拥有的一些海外内容版权，也对 TCL 推动海

外市场有好处，双方都能找到契合点。

不过，由于 TCL 和乐视此前都是资本层面的谈判，现在还没有办法看到合作给双方带来的具体改变。但由于在具体业务层面两家都卖电视，都在运营用户，TCL 还与其他内容商有合作，业务是否冲突以及是否需要协调，也成为外界关注的问题。

TCL 多媒体副总裁、互联网事业部总经理梁铁航表示，智能终端尤其是智能电视是比较封闭的系统，用户通过硬件已经区隔开，乐视的 400 万用户和 TCL 的 1100 万用户之间几乎没有交集，在运营层面是没有形成竞争关系的。未来，将各自的优势服务在对方平台上推出能够形成共赢，“这种叠加用户带来新的规模效应，可实现二者运营价值倍增”。他谈到，消费电子的市场容量比较大，乐视的对手是其他 10 多家互联网品牌，TCL 的对手是三星、LG 等传统电视厂商，所以双方在很长时间内并不会存在直接的竞争关系。至于在内容上，TCL 更加关注乐视、腾讯、爱奇艺的内容差异化，满足不同人群的需求。

传统家电企业将更多“结”网

未来，彩电企业与互联网企业的“联姻”不会只有 TCL 和乐视。奥维云网副总裁兼黑电事业部总负责人刘闯认为，未来这样的合作会越来越多，内容企业肯定会积极找硬件企业去做这样的深度合作。至于下一个合作的可能会是谁，则不好说，“搜狐、百度、爱奇艺等都有内容”。

IHS Display Search 中国区的研究总监张兵也认为，TCL 与乐视的联姻将发挥示范

效应，从而加快行业的整合。“国内的互联网电视品牌很多，但都难有规模优势。如果与传统的彩电企业合作，就可以发挥内容和硬件的协同效应，有可能让智能电视的品牌格局产生新的变化”。

事实上，不仅是彩电领域，随着传统家电行业在互联网+下转型的不断推进，越来越多的家电企业与互联网企业走到了一起，展开各种形式的合作。近期，就有华为荣耀宣布推出 HiLink 计划，并与海尔深度合作，华为手机将遥控海尔冰箱、洗衣机、彩电、空调、厨电等产品等。

除了业务领域的合作外，还有触及资本层面的合作。除了此番乐视入股 TCL 多媒体外，去年底，小米以 12.66 亿元人民币入股美的，宣布与后者达成战略合作，共同推进智能家居生态平台发展；今年 8 月，阿里以 283 亿元人民币战略投资苏宁，成为其第二大股东，苏宁也以 140 亿元人民币认购阿里股份。

这些互联网伙伴的加入，推动了传统家电企业转型的进一步提速。苏宁云商 COO 侯恩龙接受采访时谈到，与阿里合作的 45 天，双方物流体系就打通了，并在“双 11”发挥明显效应。下一步双方在物流的合作还将进一步加速，而苏宁将阿里投资的相当大部分用于物流体系的建设，这对接下来的 O2O 竞争、包括其重点发力的农村电商和海外购都相当重要。至于美的与小米的合作，虽然外界看到的仅有小米手机可遥控美的智能空调，但美的集团董事长方洪波此前曾表示，美的与小米的战略合作是基于美的大物流平台、电商平台战略，寻找制造业与互联网企业更有价值的合作。

(南方)