

增值服务收入大幅攀升

电视盈利换模式 硬件内容“双驱动”

◆导报记者 杜杨
实习生 刘晓羽 济南报道

最近，智能电视收费的话题有点“火”。先是演员李嘉明指责电视收费：“电视大几千买的，打开还要收费！”后来，上海市消保委点名爱奇艺限制投屏有点“不厚道”，“套娃式收费”一词直击人心。

为什么电视买回家，还要接受一波“套娃式收费”？原来，电视作为客厅娱乐的核心组件，在移动互联网大潮冲击下，厂家的毛利率被不断摊薄，个别甚至为负。在这种情况下，“互联网增值服务收入”成为厂家增加利润的“不二法门”。

智能“救”了电视

2013年，新婚不久的济南市民裴斐，为自己的新家添置了一台新电视：“是长虹牌的，51吋，当时花了3000多元。”

彼时的电视机市场，还处于“液晶等离子之争”的尾声阶段。出于对色彩还原度等的执着，裴斐选择了带有3D播放功能的等离子电视。

此外，她注意到这还是台“互联网电视”，“当年还没有智能电视的说法，我就当买了台大平板电脑，但因为平时也就看看有线电视，所以一开始‘大平板’就没连网，应用App什么的也没多关注。”她告诉经济导报记者。

后来随着工作的繁忙，裴斐的休闲时间日趋“碎片化”，看电视的机会也越来越少，拿手机的时间越来越长，“重金”购买的电视被她当成了专用播放器，“偶尔用它看看3D电影，平时综艺节目什么的都用手机来看。”

到了2020年，裴斐居家办公时间明显增加，已经被“打入冷宫”的电视机“重获宠幸”。这时候，她发现自己看电视的习惯已经有了极



大改变：“有线电视早就撤了，网络机顶盒也不常开，现在电视长时间连在网上，一开机就找那几个应用App寻找能看的片源，有时候也用手机投屏。”

中国互联协会专家委员、经济导报特约评论员郭涛认为家电智能化为传统家电带来了生机，“比如说电视的智能化，将人们从智能手机那里‘拉’回到客厅，也在一定程度上‘拯救’了电视。”

从贩售音画到内容附加服务

因为受不了操作App应用时的卡顿，“双十二”期间，裴斐换了台新电视：“这是一台海信Vidda电视，65吋LED屏，4K画质，不到3000元，感觉这个配置和价格就是市场主流。”

她注意到，这十年来电视产品有了天翻地覆的变化。

“选电视时我问导购，这台电视有没有3D播放功能？导购说市场上的主流产品都已经不带这项落后的功能了。”裴斐有点措手不及，“我那好几百G的3D片源，这回播放不了了。”

与此同时，流畅的操作、丰富片源以及随时能停掉的开机广告让她相当受用：“毕竟有这么多免费

片源，其实插广告也能理解。”她笑道。

“感觉现在电视更像手机了。”裴斐如是描述自己对电视的认知：“以前电视更像是播放设备，片源什么的我来掌握；现在电视像是多媒体终端，还能提供片源供我选择。”

电视为什么更像手机了？经济导报记者粗略检索了传统电视机厂家的财报，发现其电视产品等业务的营收均在下降，而且毛利率也在被不断摊薄，比如根据深康佳A(000016.SZ)2022年中报，其彩电产品营收23.9亿元，同比下降25.1%，毛利率为-1.21%。

与此同时，另一些公司的财报屡屡提及互联网增值服务收入，如TCL电子(1070.HK)2022年的中报显示，其互联网业务毛利52.2%，成为其增长引擎之一；创维集团(0751.HK)在2022年三季度报表中提到，旗下酷云系统的互联网增值服务收入9.88亿，同比增加6.2%。

郭涛认为，现在电视机厂家早已从单纯的贩售硬件产品，发展到涵盖硬件、内容源等多元化的盈利模式。

硬件仍有提升空间

“目前，电视机的本质，依然

中国互联协会专家委员、经济导报特约评论员郭涛认为，现在电视机厂家早已从单纯的贩售硬件产品，发展到涵盖硬件、内容源等多元化的盈利模式

是为消费者提供高质量的音画服务。”家电生产商、菏泽海普电器股份有限公司总经理孙军利对经济导报记者表示，“与此同时，基于互联网的内容源打造，也是未来的竞争赛道。”

在他看来，硬件、内容二者并不矛盾，甚至应该协调发展，“尤其是电视机的硬件，仍有极大的提升空间。”他表示。

内容源方面，经济导报记者发现，不少厂家与优酷、爱奇艺、腾讯视频等热门App合作，甚至还有厂家亲自下场打造独特的内容生态，比如创维的酷云系统，就先后获得了爱奇艺、腾讯、百度的关联公司投资。

郭涛提醒，目前电视机厂家在内容生态的打造上，还处于“跑马圈地”阶段，往往会针对第三方、针对同行的壁垒，而这种壁垒往往就是前述“套娃式收费”的原因之一。“未来，谁在内容生态的打造上对同行友善，对第三方友善，对消费者也友善，谁的发展机会才多。”他表示。

现在，裴斐给新电视下载了多达6个影视类App应用。“哪家免费的内容多，我就下载哪家的应用。”她笑称。



经销商库存较往年偏高

节前白酒价格挺“友好”

受访的业内人士指出，近两年白酒销量下滑，库存偏高，经销商为了回款只能降价促销

◆导报记者 刘勇 济南报道

随着春节的到来，白酒又到了销售旺季。经济导报记者在采访中发现，在线下的商超以及线上的电商平台，白酒降价现象比较明显。

受访的业内人士指出，近两年白酒销量下滑，库存偏高，经销商为了回款只能降价促销。“相比餐饮、娱乐消费，酒类消费的恢复情况相对滞后，这既有整体环境的影响，也有暂时不宜饮酒的现实。预计最迟到今年下半年，白酒市场将迎来全面复苏。”济南鸿兴商贸有限公司总经理李印在接受经济导报记者采访时表示。

库存偏高

1月17日，经济导报记者在济南一大型超市看到，货架中间的过道上摆放着打折促销的白酒产品。经济导报记者注意到，陈列的白酒产品价格多在每瓶100元至500元，降价力度从每瓶减几十元到几百元不等，“买一送一”“整箱促销”等各类活动标签尤为醒目。

“促销是从前几天开始的，很多名酒都参加了，而且力度很大，有些酒买起来很合适。”酒水促销员向经济导报记者说道，“像这款酒，官方定价399元一箱，现在只要198元一箱，卖得还不错，今天已经卖了好几箱了。”

“今年除了茅台的千元以上高端酒单瓶售价没有较大变化外，几乎一半以上的中端酒价格都进行了下调，且赠品也比往年多。”在某超市酒水部工作多年的王涵向经济导报记者说道，“而且这一轮促销力度创出新高，尤其是几家知名品牌的白酒，综合品牌和超市的各项优惠后，‘到手价’甚至能达到五折左右。”

在济南花园路一酒水店，经济导报记者注意到，有限的空间也已经被各种成箱的白酒占据。“你想要什么酒，只要这里有，都能给你一个最优惠的价格。”老板张磊对经济导报记者说道，“8代五粮液、52度剑南春东方红、52度国窖1573经典装这些都能便宜，不到1000元就能拿到，如果要的多还能便宜一些。”经济导报记者注意到，上述酒的官方建议零售价分别是1399元/瓶、1499元/瓶和1499元/瓶。

电商平台促销也选择了较为直接的降价模式。在某电商平台上，经济导报记者注意到，泸州老窖的官方旗舰店，国窖1573经典装整箱售价8999元，打折价为6829

元，折合单瓶价格为1138元。五粮液官方旗舰店，两瓶装8代五粮液的价格为2798元，打折后价格为2150元，折合单瓶装为1075元。

在一些短视频平台的直播间内，一些白酒的售价比电商平台还要低不少。

“今年白酒的促销力度确实比往年大一些，我们有些酒水都是在进价的基础上稍加一点费用就往外卖。”济南吉闵酒水批发部老板师航表示，“除了抢夺市场外，更大的原因在于降库存，去年累库太高了，必须降库存，回笼资金。”

李印告诉经济导报记者，现在白酒生意很不好做，同行都有大量库存积压，占用很大资金，一些白酒的价格倒挂很严重。“每个月酒企都会压任务，资金压力很大。为了回笼资金只能低价促销。”

市场回暖尚需时日

“目前，很多人的身体都在恢复期，这需要一个过程。”师航表示，“就算喝酒，以前能喝半斤的，如今最多就是喝二三两。”

在白酒分析师胡宝利看来，虽然春节是白酒的销售旺季，但今年应该没有高峰期了。“据我所知，不少消费者因身体原因不敢喝酒，也没应酬。即使是全面放开，春节前后的商务宴请氛围与预期仍有差距。白酒消费尚在回暖中。”

在李印看来，虽然春节销售旺季不是很旺，但无论是客观环境变化的趋势，还是防控政策的优化，都在不断释放利好酒类市场的消息，“最迟到今年下半年，白酒市场将迎来全面复苏。”

持有同样意见的还有胡宝利，在他看来，受经销商库存压力较高影响，上半年酒业市场仍以消化前期库存、稳价为主，随着经济回暖、市场需求好转，下半年有望成为酒业市场新一轮扩张周期的起点。

在刚刚结束的茅台经销商大会上，茅台集团党委书记、董事长丁雄军表示，预计3月份以后，餐饮、文旅行业会迎来全面复苏，要抓住短期消费政策的调整，实现快速动销。

与此同时，研究机构也表示，对白酒市场的复苏和增长充满信心。中银证券研判，随着第一轮冲击高峰期过去，2023年白酒消费场景将持续恢复，2023年下半年有望恢复正常。宴席和商务需求有较强的刚性，疫情高峰期之后的几个月需求有望回补，存在较高的弹性。

多家银行消费贷利率下调至4%以下

或仍有下降空间

◆导报记者 戴岳 济南报道

“最近确实有不少银行打电话来推荐消费贷，听起来消费贷利率都挺低的。”之前装修房子使用过消费贷的刘然对经济导报记者表示，“我装修的时候用的青岛银行的海融易贷，借了6万元，年利率是5.4%。”

经济导报记者注意到，最近为了拓展消费贷业务，各家银行都在加大力度进行营销推广。下调消费贷利率、推出利率优惠券、抽奖送话费……活动五花八门，不过想要拿到“最低”利率还是要看客户本身资质。目前，部分银行消费贷利率已降至4%以下。

对于近期银行消费贷利率普遍下调，业内人士表示，目前资金利率处于相对低位，春节是零售传统旺季，有助于带动消费类信贷需求。消费者消费时也要注意杠杆，适度消费。目前消费贷利率在3.6%以上，仍有一定的压降空间。

消费贷利率下调至4%以下

“青岛银行消费贷有两种，一种是房屋抵押贷款，需要提供款项用途，比如装修使用就需要提供装修合

业内人士表示，消费者消费时也要注意杠杆，适度消费。目前消费贷利率在3.6%以上，仍有一定的压降空间

同，款会直接打到装修公司，但暂时不接受它行二延。第二种就是纯信用贷款，额度一般在3000元-20万元，能不能贷下来，利率是多少要看个人情况了。”19日，青岛银行一位工作人员告诉经济导报记者。

“朋友给我推荐了招行闪电贷，说是申请优惠券，年利率最低可以降低到3.2%。”在济南经营鞋厂的王小帅告诉经济导报记者，疫情过后接连春节，资金需求量增大，“假如贷款20万元，3年利息大概只要1万块出头。不过我咨询的年利率是3.6%。”

招商银行客服对经济导报记者表示，“您需要拥有一张招行借记卡，具体额度可以在App上‘测一下’。在招行办理存款、理财等业务越多，时间越长，闪电贷额度就可能越大。”

经济导报记者走访多家银行发现，大部分银行的消费贷都已通过各种形式降低到4%以下。

“今年8月，农行网捷贷年化利

率就已经在3.7%，9月份又下调到3.65%。”一位山东农行工作人员告诉经济导报记者。

目前，国有四大行的消费贷产品利率都在4%以下。其中，工商银行融e借额度600元-30万元，年化利率最低3.7%，年限为最长3年；农行网捷贷额度最高30万元，利率1年期最低可执行3.65%，年限为1年；中行随心智贷额度最高30万元，年利率最低3.65%，年限为最长3年；建行建易贷额度最高100万元，年化利率最低3.60%，年限为最长5年。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华认为，目前大部分银行的消费贷下调主要是市场流动性充裕，资金利率处于相对低位；同时，春节等重要节日是零售传统旺季，有助于带动消费类信贷需求。

鼓励合理增加消费信贷

经济导报记者注意到，不少银行

双方共同意思表示的除外。”近年来，随着我国经济社会的快速发展，社会公众的婚姻家庭观念和家庭教育渠道也日趋多元，因投资而产生债务的风险也在不断加大。现实生活中，夫妻双方串通“坑”债权人，或者夫妻一方与债权人串通“坑”另一方等典型案例时有发生，使夫妻债务的认定成为非常复杂的问题。根据民法意思自治原则及夫妻地位平等原则，男女结婚后不能否定夫

夫妻共同债务的认定

山东省曹县人民法院 刘奕增

妻双方的独立人格和独立民事主体地位，即使婚后夫妻财产共有，一方所负债务特别是超出了家庭日常生活需要所负的大额债务，也应当与另一方取得一致意见，或者用于夫妻共同生活，否则不能认定为夫妻共同债务。从举证证明责任分配的角度，夫妻共

同债务可分为两类：一是家庭日常生活所负的共同债务；二是超出家庭日常生活所负的共同债务。对于前者，原则上推定为夫妻共同债务，债权人无须举证证明；如果举债人的配偶一方反驳认为不属于夫妻共同债务的，则由其举证证明所负债务并非用于家庭日常生

活。对于后者，虽然债务形成于婚姻关系存续期间和夫妻共同财产制下，但一般情况下并不当然认定为夫妻共同债务；债权人主张属于夫妻共同债务的，应当由其根据民事诉讼法第六十七条“当事人对自己提出的主张，有责任提供证据”等规定，举证证明该债务属于夫妻共同生活、共同生产经营所负债务，或者所负债务基于夫妻双方共同的意思表示。如果债权人不能证明的，则不能认

定为夫妻共同债务。为避免事后引发不必要的纷争，加强事前风险防范，出借大额借款时，尽可能要求夫妻共同签字，一方面，有利于保障夫妻另一方的知情权和同意权，可以从债务形成源头上尽可能杜绝夫妻一方“被负债”现象发生；另一方面，也可以有效避免债权人因事后无法举证证明债务属于夫妻共同债务而遭受不必要的损失，对于保障交易安全和夫妻一方合法权益，具有积极意义。