

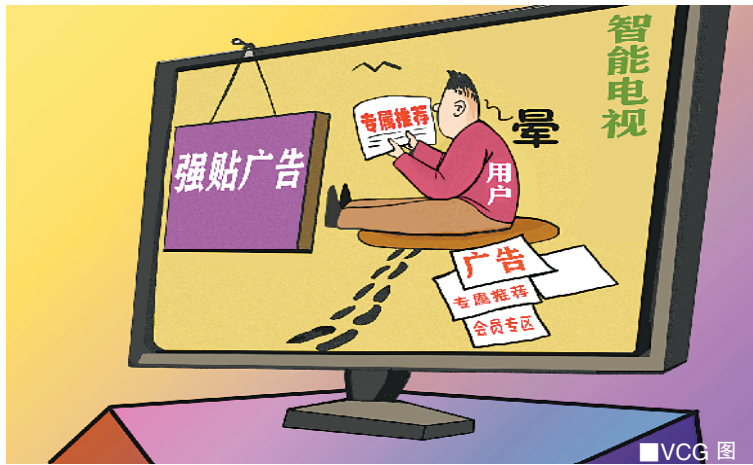
# 多个智能电视行业标准发布 《智能电视广告服务规范》有望年底出台

11月15日,由中国电子视像行业协会主办,以“聚势思变 共筑智慧新场景——5G推动下的音视频产业新生态”为主题的2019第十五届中国音视频产业大会在深圳隆重召开。工信部发布的数据预测,2022年中国超高清视频产业总体规模将超过4万亿元,仅超高清视频用户数也将达到2亿。

■新快报记者 陈学东 实习生 刘泳彤

为促进我国8K超高清产业和健康和谐发展,中国电子视像行业联合产业链上中下游核心企业共同制定了《8K电视显示屏接口技术规范》并在当天发布实施。标准规定了8K电视显示屏接口技术规范,并明确技术要求和性能指标,及相关测试方法、检验规则等。标准的发布实施不仅为企业组织生产和进行产品质量检验提供了重要依据,也为维护消费者利益,让消费者明明白白的消费提供了参考。

据奥维云网(AVC)统计数据显示,2019年上半年电视产品每天的平均开机时长为4.5小时,虽然电视产品可以远距离观看,但长时间面对屏幕仍会使观看者产生视觉疲劳,对消费者的健康产生一定的影响。为给消费者购买电子产品提供参考,对维护行业利益、推进自主创新起到积极作用,中国电子视像行业联合产业链上中下游核心企业共同制定了《健康显示器件第3部分低闪烁显示器件技术要求与测试方法》标准并在当天发布和实施。



视像协会正在加快智能电视广告业务规范编撰工作,并在当天的大会上,隆重宣布《智能电视广告服务规范》征求意见稿完成,将在上级主管部门的指导下,加快推进标准的内容完善及发布实施工作。

该服务规范是由中国电子视像行业协会组织TCL、海信、创维、长虹、康佳、海尔、小米、夏普、飞利浦、风行等厂商共同制订。据中国电子视像行

业协会网络视听(OTT)分会会长、创维酷开有限公司副总经理封保成介绍,当前我国彩电产业已经进入“硬件+服务”的商业模式时代。为了推进产业健康发展,进一步保障消费者权益,分会正在大力推进智能电视服务系列标准的制订工作。《智能电视广告服务规范》有望在年底出台,填补国内团体标准的空白。

## 小猿口算 AI 批改 准确率 99.9%

新快报讯 11月19日,猿辅导旗下小猿口算App宣布,目前小猿口算针对小学横式题目的AI批改准确率已经达到了99.9%,超过了人类平均水平。“横式计算”也就是小学数学中所有横着写的计算题目,不仅包括简单的加减乘除,也有比大小、单位换算等。在这款App中,借助AI技术,只要对着小朋友的作业进行拍照,系统就可以自动批改,识别出做错的题目,并给出错题解析。

小猿口算App负责人王向东表示,小猿口算整体用户数量目前已经超过三千万,其中绝大部分都是家长,另外还有一些老师。App目前每日批改题目数超过2亿道,在App内每日在线练习题目超过两千万道。据王向东介绍,小猿口算利用通用的OCR等技术,进行检测、识别、和批改,即使是出现潦草、计算草稿、涂抹、纸张背透、倾斜、模糊等问题的作业,小猿口算也能识别出来。(陈学东 刘泳彤)

## 密缝铺贴再升级

### 简一 为美好家居生活赋能

新快报讯 在消费升级和用户审美提升的时代浪潮下,家居高端消费市场竞争日趋激烈,为用户创造出新价值成为破局的关键。11月19日,爱无缝 见匠心——简一大理石瓷砖密缝铺贴2.0发布会在广州举行,聚焦用户价值,为家居美学赋能。此次的密缝铺贴2.0,是去年9月推出密缝铺贴服务的升级版,可以缝隙细至一根发丝,进一步提升了空间效果的整体性,尤其是900x1800mm黄金大规格连纹密缝铺贴,效果更出众,更美观大气,更容易打理。

“简一持续进行产品创新的初心,是源自‘让更多人享受自然之美’的企业使命以及‘为用户创造价值,把用户放在心里’的核心价值观。而不断追求产品和服务的极致,也正是源于用户的不断鞭策,密缝铺贴2.0正是简一对消费者内心需求的积极应答。”简一大理石瓷砖董事长李志林表示,密缝铺贴2.0升级后,简一仍将持续推出新的服务,为用户打造温馨、舒适、有品位的家居空间。(陈学东 刘泳彤)

## B 站三季度营收大增 72% 净亏损同比扩大

新快报讯 记者郑志辉报道 11月19日凌晨B站(哔哩哔哩)发布了截至9月30日的2019财年第三季度财报。报告显示,哔哩哔哩第三季度总净营收达人民币18.590亿元,与去年同期相比增长72%;净亏损为人民币4.057亿元,相比之下去年同期的净亏损为人民币2.461亿元,同比扩大;不按照美国通用会计准则(non-GAAP),调整后净亏损为人民币3.431亿元,与去年同期的调整后净亏损人民币2.027亿元相比扩大。

报告显示,2019年第三季度B站非游戏业务收入同比增长176%,达9.3亿元,占总营收比重50%,单个月活用户带来的非游戏收入同比增长100%,营收结构趋于平衡。

值得注意的是,财报显示B站第三季度电商及其他业务收入达2.3亿元,大幅同比增长703%。截至10月底,本年度电商业务的GMV突破10亿元,这意味着此前靠游戏维生的B站终于找到了其他收入增长模式。其他模式主要包括直播、付费会员、广告、电商等。

在支出领域,B站第三季度的各项支出也大幅升高。营收成本为15.077亿元,同比增长71%;收入分成成本是营收成本的主要组成部分,第三季度为6.646亿元,同比增长49%。在支出大幅上升的情况下,B站三季度营业亏损4.231亿元,较上年同期的营业亏损2.590亿元扩大63%;净亏损为4.057亿元,较上年同期的净亏损2.461亿元扩大65%。

受Q3业绩超出市场预期影响,B站股价盘后上涨逾3%。

## 核心资产终难保

### 奥马电器拟转让奥马冰箱近半股权“求生”

新快报讯 记者陈学东报道 11月17日晚间,奥马电器为引入国资“求生”拟出售奥马冰箱49%的股权,这已经不是奥马电器第一次试图出售奥马冰箱的股权了,但今时不同往日,对于现在债务危机压顶的奥马电器来说,奥马冰箱这一优质资产是奥马电器求生的关键。

奥马电器公告称,其拟转让全资子公司广东奥马冰箱有限公司(下称奥马冰箱)49%的股权。接盘方之一中山民营发展专项基金为中山市国资委旗下公司,另一方则是以奥马冰箱法人代表以及董事长蔡拾贰为首的奥马冰箱高管团队。

目前,该交易仅达成初步转让意向,交易对价尚未确定。奥马电器称,

公司有权依照正式协议各方书面约定的条件、并以正式协议各方认可的评估机构所出具的评估报告为参考,在约定的时间期限内,回购上述拟转让的股权。

如果该交易得以完成,奥马冰箱仍为奥马电器控股子公司,合并报表范围不发生变化。奥马电器表示,其未来将加大资源整合力度,培育新的业绩增长点,提高运营和管理效率,其债务结构也将得到进一步优化。

奥马冰箱是奥马电器的业绩支柱。财报显示,2018年、2019年1-10月,奥马冰箱营业收入分别为68.33亿元和62.75亿元,净利润则分别为3.32亿元和5.18亿元。

而同期上市公司业绩并没有奥马

冰箱稳健。财报显示,奥马电器2018年营业收入为78.03亿元、净利润-19.03亿元;2019年前三季度,奥马电器营业收入和净利润分别为57.83亿元和2.99亿元。

值得注意的是,奥马冰箱100%股权已于2019年5月16日全部质押给华鑫国际信托有限公司。通常情况下,如果受让方同意继续质押,或者转让方提供其他担保,这些在征得质押权人同意的情况下的话是可以进行股权转让的。但如果质押人不同意,就无法办理转让过户手续。

事实上,因受旗下金融板块的拖累,奥马电器除了业绩持续低迷外,其实控人赵国栋所持股权均被冻结,并遭到法院司法拍卖用于偿还债务。