

# 艺术电视急需创新「破圈」

□本报记者 冯丹文/图



“壁纸电视，活在艺术之上。”近日，创维电视推广其艺术电视的广告大量出现在成都市各个小区的电梯内屏幕上。

在电视销量直线下降的背景下，艺术电视能否成为拯救市场的一根稻草？近日，记者对此进行了一番调查。

## 去客厅化 传统电视越来越不受待见

随着生活观念的转变，人们越来越重视自身的需求，越来越多的人选择“去客厅化”的装修风格，即拿掉或部分保留“沙发+茶几+电视”的布局，根据兴趣、爱好、亲子互动打造自家的公共空间，在这种装修风格中，电视已不再是必需品。

市民王女士正准备装修一套学区房，在她的装修计划中，客厅中将不放置电视。“我准备把放电视的这面墙拿来放书柜，孩子的自控力差，最好的办法就是不让她在家里看到电视。”王女士告诉记者，为了让孩子能有更好的学习环境，“客厅”将用打造书房的方法来装修设计。

其实，“去客厅化”并非传统电视不受待见的唯一原因，房地产市场不景气，家装需求有限，无法强力支撑电视销售；电视普及率非常高，存量市场需求下降，电视逐渐陷入了技术瓶颈，增量市场也在萎缩，更新换代需求不强；复杂的操作逻辑，屏蔽了部分老年人，“套娃式收费”，又劝退了部分年轻人等，也成为电视销量走低的重要原因。相关数据显示，2023年上半年中国彩电市场销量为1467万台，同比下降12.2%。

## 如何自救 艺术电视非“救命稻草”

传统电视无法满足消费者的需求，艺术电视是否能激发出消费者的购买热情呢？

在苏宁易购西大街店二楼的电视售卖区，记者看到，几大电视厂商的专卖店中，创

维和三星将艺术电视摆在了显著位置。

在创维电视专卖店，该店销售人员向记者介绍了创维推出的壁纸电视，“这款壁纸电视，与墙面基本实现了无缝隙接触，当电视待机的时候，会展示壁纸画面，从远处看，就像画框一样。”

据创维专卖店销售人员介绍，创维壁纸电视因其后壳薄厚度不同，售价在13999元和19999元，“这款壁纸电视后背很薄，因为主要的硬件都独立出来放在这个盒子里了，看起来更漂亮。”

与创维电视一样，三星电视也推出了“画壁”“画境”两款艺术电视。“‘画壁’是直接挂在墙上的电视，其纤薄设计营造出壁画般精致的外观，我们收藏了海量艺术画作，待机时可以呈现出不同主题的艺术之美，而且这款电视还可以竖放，更像一幅画。‘画境’则是以优雅的可拆卸落地支架与电视外观相配，可随意移动，灵活地安放在各类居家环境中。”三星专卖店销售人员介绍，“画壁”“画境”有着比较强的装饰属性，65寸“画壁”的售价11999元，65寸“画境”电视售价和“画壁”一样。

虽然有电视厂商推出艺术电视，但艺术电视无论从布展面积，还是销售量来说，都并非主流销售品。

“我们之前有摆放艺术电视，但是，艺术电视的销量并不高。”长虹电视专卖店销售人员告诉记者，对消费者来说，艺术电视虽然在造型上比较新潮，但是技术上并没有重大突破，性价比并不高。

TCL专卖店的销售人员也表示，与传统电视相比，艺术电视的画质、音效等都没有突出表现，“艺术电视的售价与我们的中档电视售价接近，甚至还高些，但是视觉体验并不比我们的高档电视好，其实，在网上买一个艺术电视支架，也一样能达到远看像一幅画的效果。”

# 苍溪红心猕猴桃：从一颗果到一条链

□徐竞瑜 本报记者 魏彪

四川广元苍溪县红心猕猴桃即将迎来成熟采摘季，这是一年来，果农们最期待的日子。

把一颗果，做到一条链。近年来，苍溪县紧紧抓住产业融合“牛鼻子”，按照“基地+加工+营销+旅游”全产业链模式，强力推动猕猴桃产业建圈强链，推动“绿水青山”向“金山银山”转换，2022年实现综合产值60.66亿元。

## 做强加工转化增值链

因水分充足、皮薄肉厚、清香甜美，苍溪红心猕猴桃被市场和广大消费者喜爱和追捧。近年来，通过大园带小园、产业带农户，苍溪红心猕猴桃产业规模不断发展壮大，2022年猕猴桃总面积达到39.5万亩，年产鲜果12.68万吨。

有了原材料，就要延伸产业链，增加产品附加值。

猕猴桃饮料、猕猴桃果干、猕猴桃酵素……走进苍溪县猕猴桃现代农业园区加工营销中心，映入眼帘的是大厅内摆放的不同种类的猕猴桃加工产品。

为何能开发如此多的猕猴桃加工产品？苍溪县猕猴桃食品公司总经理刘发云一语道出答案——苍溪红心猕猴桃不仅品种多、品质好，糖度、干物质含量也很高，深加工出来的产品营养价值高，客户都喜欢。

通过在本地直接收购猕猴桃鲜果，再加工成果汁、果脯，不仅企业收益增加，果农们的收入也有了保障，一斤猕猴桃靠加工增值，果农至少多赚一元钱。

二十多年前，苍溪县猕猴桃食品有限责任公司刚成立时，猕猴桃果汁饮品在省内同行业产品市场占有率仅有17.3%，通过不断发展，现在该公司每年收购猕猴桃鲜果2000余吨，拥有7条产品生产线上，加工成猕猴桃果汁、猕猴桃果酱等十大类50多个规格的产品，年生产能力达到50000吨，市场占有率达到了70%。去年公司实现综合产值超5亿元。

为发展特色农业产业，拓宽农民增收致富渠道，苍溪县打好红心猕猴桃“特色牌”，建成猕猴桃产地初加工点372个、采后处理中心2个。引进培育广元果王、苍溪圣丰、香港日昇等龙头企业7家，开发猕猴桃果酱、果汁、果酒等十大系列58种精深加工产品，建成全国最大的红心猕猴桃加工物流集群。

## 做通产销对接供应链

近几年，电商的迅速发展让苍溪尝到了甜头——当地快速培育出“魔小妖”“梁公子”等皇冠店铺13家，钻石店铺45家，苍溪淘宝店铺日销售额增长近30倍。截至目前，苍溪新增网店300余个，成功

注册天猫旗舰店2家。

苍溪是传统农业大县，电商发展起步晚，运营人才匮乏，当地小企业和小品牌发展慢，机会少。在余杭驻苍溪工作组的帮助下，通过积极组织电商人才线下和线上培训，苍溪本地储备了一批又一批的电商人才，苍溪农特产品淘宝网也如雨春笋般涌现，主播们纷纷走进直播间，为家乡的农特产品助力带货，一箱箱苍溪红心猕猴桃鲜果，一件件猕猴桃饮品，一批批“苍溪造”农特产品搭上了电商销售的顺风车，销往全国各地，让更多人品尝到苍溪的美味。

“本产品为公司历时38个月开发的高端猕猴桃果肉型饮料，制作中不添加防腐剂、香精、蔗糖，低卡0脂肪，一瓶饮料包含5颗猕猴桃的膳食纤维……”在去年8月的广元市优质农特产品专场直播活动当天，直播间观看人数达50多万人次，总成交订单额171.8万元，其中苍溪红心猕猴桃稳居订单榜首。直播活动既提高了苍溪红心猕猴桃等农产品的销量，更打响了苍溪红心猕猴桃的知名度和影响力，助力了苍溪红心猕猴桃的优质优价。

为做通产销对接供应链，苍溪建成全国最大的红心猕猴桃品牌展示馆、电商营销中心和首个阿里巴巴“客服县”，推进农超、农企、农校、私人定制，在北京、上海等全国大中城市建成超市和直销店45个，红心猕猴桃电商销售达35%以上。

## 做深农旅融合价值链

今年的猕猴桃采摘节即将开启，这两天，离县城不远的云峰镇狮岭村紫香园农家乐老板娘杨玉华的电话响个不停，来自周边县区、城市的游客提前预订，希望趁着猕猴桃采摘节，到苍溪体验猕猴桃采摘，品尝正宗美味，领略风土人情。

苍溪红心猕猴桃，一直以来都是当地的一张靓丽名片。

在陵江镇杜里坝社区，一座俏皮可爱的苍溪红心猕猴桃雕塑静静屹立，沿着雕塑向里走，便是当地精心打造的苍溪红心猕猴桃特色街区，2022年8月被四川省商务厅授予“省级特色商业街区”。整条街区占地50.2亩，建筑面积5.6万平方米，以苍溪红心猕猴桃为主题，集餐饮、住宿、购物、文化、娱乐、旅游等为一体，推动文旅商融合发展，成为当地新地标。

一颗红心果，吸引八方客。以果为媒，以果会友，随着红心猕猴桃产业的快速发展，对外影响力的不断增强，苍溪红心猕猴桃农旅融合价值链越拉越长。目前，已建成全国首个红心猕猴桃博览园，建成农旅融合景区景点11个、特色街区1个、特色小镇3个、特色村落10个，建成休闲农庄与乡村民宿酒店187家，连续举办九届苍溪红心猕猴桃采摘节。



# 理性消费 按需购买