

大小厂商共玩客厅互动娱乐大游戏 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/170/2021\\_2022\\_\\_E5\\_A4\\_A7\\_E5\\_B0\\_8F\\_E5\\_8E\\_82\\_E5\\_c40\\_170500.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/170/2021_2022__E5_A4_A7_E5_B0_8F_E5_8E_82_E5_c40_170500.htm) 据了解，视动宝市场价格约为七八百元。这个价格和数字电视机顶盒曾经的定价区间非常接近。佳音达面临的挑战，其实并非来自那些可能的跟进者。大厂商盛大无法规避政策壁垒，小厂商佳音达也未必能绕开牌照问题。视动宝是将电视机和互联网连接的解决方案之一，其他方案的利益相关者自然不会坐视不管。但小厂商显然还是能够避免大厂商必须面对的很多问题。首先，盛大的家庭战略方案已经将软件、硬件和内容分开，在盛大推广易宝未受限制的情况下，佳音达仅仅生产连接器这种硬件，单独看，后者也没有明显违反有关规定；其次，佳音达可以和多家内容厂商合作，多点突破将更有成效。所以，大小厂商一起玩客厅互动娱乐这个大游戏，说不定能通过更多关卡。双方的协作还将体现在渠道合作上。单凭佳音达的实力，视动宝要想迅速打开市场颇有难度。但张伟明表示，盛大会在人力、物力和渠道等方面对佳音达提供全面支持。目前，盛大易宝的销售渠道主要有两种：一是走传统零售渠道；一是和PC厂商捆绑销售。视动宝的销售不仅会充分利用盛大的原有渠道，还会增加宽带运营商渠道，并采用自建渠道方式。据张伟明说，佳音达已经着手在全国大城市建立体验店，今年的目标是销售40万套视动宝。在商业上类似的案例，还有微软和众多中国中小内容提供商的合作。对小厂商来说，选择大厂商进行合作，也能玩转大游戏，关键是，能否创造大厂商无法创造的价值。 100Test 下载频道开通，各类

考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)