

· 看台 ·

小天鹅推出免熨干衣机

北京商报讯(记者 金朝力)4月26日,小天鹅携手国美、大中在北京首发小天鹅免熨干衣机。据悉,此款产品直面行业现状和消费痛点,打造出“即烘即干、即干即穿”的健康干衣体验,进一步强化了小天鹅在干衣机市场的高端地位。而其首创的15分钟蒸汽免熨功能和20分钟快烘功能,以及国内市场独一无二的10kg超大烘干容量,都代表着国内同类产品的最高技术水平。据了解,小天鹅免熨干衣机独创不湿衣、不伤衣的蒸汽熨烫技术解决了衣服的褶皱问题。

中国品牌占全球空调九成市场

北京商报讯(记者 金朝力)近日,2018第二届中国制造创新发展论坛暨志高“4·19”超级品牌日启动大会在北京举行。据了解,中国品牌以占据全球空调市场90%以上的份额坐稳第一把交椅,世界市场影响力、竞争力今非昔比。自去年“4·19”启动第一届论坛后,短短一年时间,中国制造创新发展论坛已然成国内制造实体经济领域最有影响力的盛会之一。论坛当天,志高集团董事局主席兼总裁李兴浩与成龙联手启动“志高‘4·19’超级品牌日”,标志着志高正式打响18年旺季狂欢的第一枪。

酷开网络正式剥离电视业务

北京商报讯(记者 石飞月)日前,酷开网络科技有限公司CEO王志国宣布,为实现2021年亿级终端规模,实现高速发展,酷开网络正式剥离电视业务,专注构建开放统一的超级智能系统生态,挖掘大屏商业价值。王志国表示,接下来,基于TVOS,融合酷开OS和百度DuerOS,将自有资源与百度资源接入,酷开将打造超级智能系统。不久的将来,用户有任何搜索需求,只需要对着遥控器说出,超级智能系统都将满足用户的需求。

美的首推空调内外管槽安装服务

北京商报讯(记者 金朝力)近日,美的空调联合上游管道服务商日丰集团和下游零售渠道商苏宁易购、京东、国美、天猫等,在行业首推空调内外管槽安装服务,并将在全国范围内推广家用空调的内外管槽安装服务标准。据悉,美的从今年3月起陆续在北京、上海和深圳开展了空调内外管槽安装服务试点,前期投入4000万元,现已完成了全部应用标准的适配。此举也将推动国内空调行业的安装服务标准朝着规范化方向进一步发展。

2018爱普生创新大会在京举行

北京商报讯(记者 金朝力)近日,2018爱普生创新大会在北京举行,此次大会不仅展示了爱普生最新的产品和解决方案,还有可以展示爱普生“过去、现在、历史”的爱普生博物馆。从世界首款石英腕表到小型、轻量的数字打印机EP-101,再到3LCD投影机,爱普生的不断创新都得到了充分体现。据悉,20年来,爱普生进一步落实“科技+本地化”战略,将“省、小、精技术”融入产品创新,以期通过兼顾绿色环保、高效生产以及个性化定制的优势特点,给用户带来精智生活体验。

熊猫电视宣布将回归第一阵营

北京商报讯(记者 石飞月)日前,中电熊猫发布品牌战略,向外界发出了启动回归第一品牌阵营的明确信号。以中电熊猫全产业链整合优势为依托,熊猫电视将推进线上与线下、硬件与软件、人工智能新技术与视听产品的跨界融合;熊猫电视将聚合主流AI人工智能技术团队,未来电视等牌照内容商平台,京东、国美、苏宁等主流渠道商,与实力型新锐主流企业结成战略合作伙伴,组成新型、高效的品牌运营联盟,以实现回归第一品牌阵营的目标。

互联网电视主战场转至平台

在遭遇发展瓶颈后,互联网电视又迎来了新的发展春天。最近一段时间,互联网企业与电视厂商合作声音频出。北京商报记者调查发现,与过去的硬件之争不同,互联网电视此次翻身战役的主战场不再是硬件,而是转换成了平台之争。

卷土重来

2012年,乐视以“颠覆者”的角色闯入传统家电行业,随后,大批互联网电视品牌开始快速扩张,让彩电界价格战雪上加霜。如今,随着乐视困境的出现,互联网电视行业也迎来了大洗牌。同时数据显示,2017年互联网电视的市场份额也跌到13%的历史冰点。

近段时间以来,在互联网巨头的资本驱动下,互联网电视领域又开始快速回暖。近日,TCL科技控股有限公司宣布旗下雷鸟与京东达成战略合作意向。京东拟以3亿元认购雷鸟科技新增股份,获得本次增资后雷鸟科技6.67%的股权。这是今年继创维旗下互联网电视子品牌酷开获得百度10.55亿元战略投资,乐视网旗下乐融致新获得腾讯、京东、苏宁等战略入股之后,又一起智能电视企业与互联网巨头的联姻。

此外,京东日前也与CIBN互联网电视旗下子公司环球天成科技(北京)有限公司(以下简称“环球天成”)达成战略合作,双方共同推进京东在大屏端“边看边买”业

务,并基于互联网电视平台进行产品与业务的深度合作。微鲸科技CEO李怀宇表示,互联网电视产业的泡沫已破灭,目前已进入重新建立良性产业结构的阶段。

平台价值

随着互联网步入良性产业结构构建阶段,平台的价值也开始逐渐显现。CIBN互联网电视CFO蔡文星表示,智能电视作为面向家庭用户提供各项基于互联网应用的内容、服务和体验支持的终端产品,经过生态圈的整合和完善阶段,基于后向服务的各种商业模式已走向成熟,多场景下的变现模式已经落地。

从环球天成与京东的合作方式来看,环球天成将会在自有互联网电视系统平台——CIBN甜橙视频TV应用软件系统开通“京东购物”专区,通过电视媒体运营平台,将此业务内置于互联网终端,并在环球天成自有渠道及合作渠道内推广、拓展。据悉,京东购物专区的建立会推动环球天成400多万电视大屏流量向京东电商流量进行转化。而从未来一年突破1000万用户量来看,京东的大屏电商未来也因为有环球天成的助力变得更有想象空间。

家电产业观察家梁振鹏表示,彩电大屏的平台价值,除了广告收入分成,还将成为购物的入口。如用户在收看电视时,通过AR、VR

技术,可以购买剧中人物所用的服装、道具。而在AI方面,电视有可能将成为家庭物联网的核心终端。

如何盈利

在5G和8K的双重助力下,电视将成为家庭物联网的核心终端。不过,虽然市场空间出现,但困扰互联网电视多年的盈利难题仍存在,这也正是眼下业界关注的焦点。

环球天成CEO刘斌对北京商报记者表示,未来互联网电视要想盈利就必须突破大屏概念。像环球天成适时推出“大屏+”战略,即打造集技术和流量于一体的家庭互联网电视智能平台,通过与多品牌、多渠道的战略合作,创造更多与大屏关联的业务形态,形成规模化的商业布局,业务形态可延伸至“大屏+”内容、“大屏+”广告、“大屏+”购物、“大屏+”游戏到“大屏+”智能家居等等。

据了解,“大屏+”对于互联网电视来讲,是自带想像力的升级战略,它可以对以大屏为中心的内容、服务、终端、场景的大生态实现重构和解锁。环球天成在做的是以生态打通产业链上下游,围绕人与大屏的交互,打造多维度的连接和动态的内容、游戏、广告、设备终端的管理、操控。这个过程中,流量只是副产品,日趋刚需的大屏生态才是环球天成的创新所在。以大屏+场景+内容,让大屏更趋无界。”刘斌最后说。

北京商报记者 金朝力

量子点电视领跑中高端彩电市场

显示技术不断革新,量子点技术近年快速发展、日趋成熟。近日,由中国电子商会、彩电技术创新联盟联合举办的“量子点显示产业升级——2018年量子点显示产业论坛”在京召开。本次论坛聚焦量子点技术发展及创新驱动消费焕新升级。

据了解,量子点是非常小的半导体颗粒,以纳米为单位,导致量子点的显示颜色是以改变颗粒的大小形状而进行,也正因为如此,量子点显示的色谱更具有持久性、连续性,成本也会更低。

目前,三星、TCL等彩电巨头在量子点上都有深入布局。三星电子大中华区副总裁刘峻光表示,技术创新是驱动产业、消费升级的重要力量。三星电子在QLED方面倾注了大量的研发资源,而在市场上的力度也是空前的。尤其是2018年,新品阵容更多样、外观更优雅、使用体验更便捷。据悉,针对不同消费人群,2018年三星推出Q9F、Q8C、Q7F、Q6F四个

新品阵容,共9个型号涵盖55-88多个尺寸。至此,三星QLED光量子点电视从旗舰级到入门级全面覆盖消费人群,逐步完成全民量子点的市场布局。

北京商报记者发现,三星QLED光量子点电视已成为高端电视的标准,满足绝大多数消费者的品质需求。北京交通大学教授徐征表示,量子点显示技术具备超高的HDR亮度、极其丰富的色彩显示,让人们清楚看到这个世界最本真的色彩。量子点显示技术具备广阔发展前景,产业升级或将成为量子点电视发展拐点。

目前电视市场上,技术多元化、超高清化、大尺寸化总体反映出消费需求向中高端化转型。消费者更倾向于购买中大尺寸超高清产品。同时,随着收入水平不断提升,消费者对品质、质量、服务以及个性化的需求也更加渴盼。

奥维云网数据显示,2017年国内4K电视市场占比已达60%。在70英寸以上大屏电视中,4K电

视占比超过95%。70英寸以上4K超高清大屏电视需求迎来新机遇。像三星延续去年策略加大了75英寸大屏电视的投入,目前全球市场75英寸级和更大尺寸电视中,三星占比已达47.4%。2018年一季度数据显示,三星QLED光量子点电视在国内销量是去年四季度的2倍。同时,2018年三星电视延续了去年的5年保修政策,并推出量子点电视“10力鉴非凡承诺”:10年无灼屏——提供长久的、如钻石般永恒不变的优秀画质;10年不褪色——保证色彩恒久不褪色;10亿级色彩——精准呈现10亿级的色彩。

有关专家表示,消费升级带来的新一轮电视产品迭代已经开始,量子点作为新兴显示技术,成为越来越多国际一流电视制造企业选择的核心技术。而随着更多企业纷纷宣布加入量子点电视阵营来看,未来量子点电视的销量规模将会继续扩大。

北京商报记者 金朝力