

· 看台 ·

索尼头戴3D显示器成电子礼品新宠

北京商报讯(记者 陈维)在刚刚过去的圣诞节,索尼HMZ-T3W头戴3D显示器再次成为电子礼品的新宠。据悉,HMZ-T3W是索尼最新推出的第三代头戴3D显示器产品,相比前两代产品,增加了移动、便携的特质,同时在画质、音效以及佩戴舒适性上都有所提升。同时,T3W外观以黑色为主,同时呈现金属质感。

此外,T3W还搭载了索尼专门开发的头戴式显示器专用处理芯片,提升画面流畅度,增强电影、游戏等项目的浸入感。“T3W的画面浸入感不错,驾驶赛车时可以明显感受到两旁的树木飞驰而过。”《GT赛车》的玩家在体验过T3W后有感而发。据悉,该款产品促销价为7990元,可在各大城市的索尼直营店购买,同时还可在索尼线上商城采用送货到家的方式选购。

乐视网获《我是歌手》第二季独播权

北京商报讯(记者 孙聪颖)一家专门做特卖的网站唯品会与乐视网签署战略合作协议,以千万级投入抢下乐视网全网独播的《我是歌手》第二季网络独家冠名,并与乐视网展开包括PC端、移动端、TV端在内的五屏立体联动推广战略合作。唯品会还宣布,将在2014起每个周末与《我是歌手》第二季同步。乐视网销售运营副总裁蔡享伦表示,依托“平台+内容+终端+应用”垂直产业链整合的乐视生态布局,乐视网将为《我是歌手》第二季量身定制一系列丰富娱乐内容产品及技术产品,全面打通触达消费者的五屏终端,构建“看《我是歌手》,享我的五屏生活”这一独特的综艺栏目五屏整合运营模式。不同于其他综艺类的选秀,《我是歌手》最大的特点和优势是能通过明星效应带动广告和收视的增长,所以第二季也势必会掀起全民热议,助力唯品会品牌在覆盖人群和传播深度上实现提升。

中国成长型企业培训工程启动

北京商报讯(记者 陈维)在经济增长方式转型时期,家电等传统实体制造业转型升级、结构调整已成为成长型企业发展的重中之重。日前首届中国成长型企业领袖高峰论坛在北京大学隆重举行,一起装修网、上海大银等2013年度中国最具成长力企业领袖300余人围绕“新领袖、新格局、新力量”的主题,与国内著名专家学者展开了讨论。

此次论坛还发起旨在“培育未来商业领袖,支持中国企业发展,助力中国经济腾飞”的中国成长型企业培育工程,通过“遴选成长型企业-领袖成长培育-企业成长支持-结盟生态发展”的路径,计划用五年时间培育3000家成长型企业,构建中国企业发展生态系统,助力中国企业发展。

中国智能移动终端联盟成立

北京商报讯(记者 孙聪颖)当前,移动互联网在全球掀起了新的发展高潮。为了更好地协调智能移动终端产业的上下游资源,加速各种智能终端之间的互联互通,共同建设可持续发展的智能生态圈,行业亟须建立一个贯穿终端、芯片、系统及内容服务的新产业协同机制。为此,在中国电子视像行业协会(CVIA)海峡两岸平板显示产业促进工作组的推动下,中国智能移动终端联盟成立。

中国电子视像协会在大屏幕智能终端领域积累了行业协调、产业链建设、联合创新、标准规范制定、专利合作等方面的丰富经验,可为移动终端领域提供参考和借鉴,也将有利于促进大中小屏幕之间的融合和互通。未来,中国智能移动终端联盟将为推动技术进步和行业发展做出最大的贡献。

腾讯携创维推微信电视

北京商报讯(记者 金朝力)日前,互联网电视领先运营商未来电视、电子消费产品领导者创维与国内最大的互联网企业腾讯三强联合推出微信电视。据了解,微信电视是全面融合了互联网电视作为家庭娱乐智能终端与微信作为移动互联网时代个人娱乐智能终端的双重优势,将全面变革电视的交互体验方式。

据微信电视产品研发相关负责人介绍,微信电视将把中国互联网电视3000万家庭用户与微信紧密融合在一起,实现双方用户的相互引导。有业内专家指出,微信电视的推出对于阿里巴巴可能不是个好消息,之前阿里巴巴就一直从盒子、智能电视两方面来布局,希望抢占电视支付环节。而随着微信电视的推出,微信支付将成为其最大的竞争对手。

行业格局将被颠覆

空调制冷剂行业更新换代

日前,由联合国蒙特利尔多边基金资助的全球第一条R290新冷媒示范线落户国内空调企业美的,此举加速了国内空调行业对现有制冷剂的淘汰进程。对企业而言,单品成本压力增大。对空调行业而言,垄断局面加剧。



新冷媒示范线落户美的

日前,美的集团总投资超过1500万元,历经48个月改造的R290新冷媒生产线通过了相关部门的验收,符合欧洲ATEX标准,并已通过TUV国际安全认证。初步预计,未来产能每年可达25万台,不过据美的空调相关负责人介绍,此条生产线目前还没有量产,还未有明确的时间表。

在当前保护臭氧层及遏制全球变暖趋势的大背景下,R290被行业公认为最具发展潜力的新冷媒,具有无氟、低碳、天然、高效等诸多优势。不但符合《蒙特利尔议定书》对于淘汰臭氧层消耗物质的要求,也符合《京都议定书》关于减排温室气体的要求。

目前我国空调使用最多的冷媒为R22和R410A,其中R22俗称氟利昂,属HCFC类物质,对大气臭氧层破坏严重。根据《蒙特利尔议定书》的要求,我国需要在2013年将HCFC冻

结到2009年和2010年的平均水平,2030年之前完全淘汰HCFC的生产和消费。对于目前大量使用的R410A制冷剂,产业在线分析师索晓芳表示,R410A并非环保制冷剂的终结品。这是因为R410A尽管不会对臭氧层产生破坏,但温室效应仍然明显,因此属于过渡性的替代品。

制冷剂换代提升空调成本

环保部对外合作中心副主任肖学智表示:“中国房间空调器行业的HCFC替代对中国履约影响重大,如果全行业使用该技术可减碳约1.2亿吨。中国房间空调器行业替代技术的选择对全球制冷空调行业的技术走向都将产生深远影响。”

不过,业内对使用制冷剂能否增加企业的生产成本也存忧虑。美的空调相关负责人表示,使用新的制冷剂是否会提升成本,目前还无法估算,得看整个生产流程,不能只看单一环节。奥维咨询研究院院长

张彦斌给北京商报记者算了一笔账,R290制冷剂每吨大概比R22贵3000-4000元。不过,因为平均一台空调的制冷剂使用量并不大,制冷剂价格本身的因素对空调影响不太明显。但不同制冷剂对空调生产线的要求不一样。一条年产30万台的生产线,改造下来大概需要700万-800万元。

制冷剂市场垄断局面终结

此外,R410A制冷剂的专利权一直掌握在霍尼韦尔、杜邦、大金三家外资企业手中,我国空调厂商必须缴纳高昂的使用费,2011年11月专利已经到期。一位业内人士向北京商报记者透露,专利权到期后,目前中国企业推出R290、R32、R290、R161等冷媒产品。奥维咨询白电研究总监韩昱表示,由于过去我国空调厂商一直在R410A的使用上受到牵制,企业亟须研发出具有自主知识产权的新型环保制冷剂。新冷媒的研发不仅使我国制冷产业冲破了发达国家对新一代制冷剂的技术垄断,也促使我国空调业向环保、节能的目标迈进了一步。

尽管制冷剂市场垄断局面有所改善,但整机市场的双寡头局面仍将加速,格力也在R290空调生产线上进行了不菲的投入,随着两大巨头的转型,企业势必跟进,“对于大企业来讲,有规模效应,如果是小企业,本来只有几条线,那么改造对企业的成本影响将会比较大”。张彦斌认为,在制冷剂换代的过程中,难以经受成本重压的企业,可能遭遇洗牌。

北京商报记者 孙聪颖

一边促销 一边趋势引导

白电企业双驱动掘金市场

新年将至,家电厂商对岁末市场寄予厚望,纷纷启动优惠策略,以求抛售库存,回笼资金。与此同时,不少厂商也积极推动整个白电产业的转型和升级。这预示着2014年白电市场对竞争参与者提出更高的要求。

近日,北京商记者在走访家电卖场时发现,和每年一样,不少企业都在通过买大送小、内购会等方式揽客。高端产品也有优惠活动,三星的白电产品在苏宁电器就享受8.5折优惠。

除了传统的打折、清理库存,白电企业还通过趋势引导吸引消费者购买高端产品。与往年不同,传统白电行业正在褪去功能化色彩,向更加高端、智能、绿色的品质化方向转型。

在卖场中,多数促销员积极介绍,希望引导消费者了解白电产品品质化的趋势,让更多的高端产品走进百姓家庭。以三星电子为代表

的高端白电厂商正成为行业转型升级的主要推手。

这样的趋势引导已经初见成效,经过比对,北京的一位消费者选择了三星无霜双循环三门冰箱。“外观首先吸引了我的注意力”,这位消费者表示,新家的厨房是开放式的,要求外观更能和家居整体环境搭配。三星无霜双循环三门冰箱星空银版外观采用ILM金属微雕工艺,在细腻的银色金属面板上雕刻深邃立体的几何纹理,让钢质面板呈现出规则的立体图形。无明显光源时,冰箱外观干净纯粹;灯光照射下,面板上像点缀璀璨繁星,呈现出科技与艺术结合的美感。

尼尔森数据显示,之前只有25%的消费者会将冰箱放在客厅中,不过目前已有35%的中国家庭装修采用开放式厨房,随之冰箱也将成为家居设计中的主要元素。冰箱移居客厅,消费者开始对外观更加挑剔。

业内一位分析师告诉北京商报记者,之前厂家在生产过程中主要关注冰箱的制冷和保鲜效果,现在对工业设计的要求更加严苛。各厂家在此领域的投入也逐步增大,同时也更加关注提升产品设计的整体品质感。冰箱产业面临着升级,对于业内企业来说,2013年的竞争环境变得更加严峻。没有足够的资金实力和相关技术的储备,将面临出局的可能。

不仅在冰箱领域,在洗衣机市场消费者对设计的要求也在提升。用户不仅希望机器能够大容量洗涤,还能节省居室空间。一款三星的泡泡净超薄大容量洗衣机通过采用三星独有的Smart VRT智能精控减震技术使得承载8公斤内筒的机身变得只有45厘米厚,赢得市场的认可。

随着国内家电消费需求升级和家电产业结构调整的深化,白电的高端化趋势正在一步步地被市场所接受。

北京商报记者 孙聪颖