

· 信息廊 ·

· 信息廊 ·
优朋普乐成立4K研究院

北京商报讯(记者 孙聪颖)日前,“优朋普乐4K研究院”宣布成立,其由中国互联网电视服务巨头优朋普乐联合美国电影协会、IMAX、尼尔森、中国电子商会等机构共同创建。

2014年是互联网电视终端行业的4K之年,国内外众多厂商竞相推出4K电视。在国内,优朋普乐率先涉足互联网电视4K数字内容的应用与传输,凭借与4K片源丰富的国际影视巨头制作机构长期的合作关系,拥有国内数量最多的4K片源,计划在今年为中国互联网电视合作伙伴提供超过200部以上的4K影视作品资源。

帝联CDN保障网络电视平稳运行

北京商报讯(记者 金朝力)随着网络电视的流行,其后台的网络保障也成为关键。最新数据显示,2014年马年春晚的网络直播收视率达2.8%,网络视频直播累计观看人数达1.5亿人,最高同时在线人数达1800万人次。帝联科技作为腾讯视频春晚直播的幕后推手,全程监控和保障网站的平稳运行。

据帝联CDN后台数据显示,腾讯视频当晚的带宽流量峰值突变为平时的8倍。帝联科技在CDN节点的布控上则采取相对密集的铺设范围,让每一个网民都能在最近的网络节点处进行访问和观看直播,从而达到与电视直播春晚相同的步伐和节奏;其次则是带宽的储备问题,在腾讯视频的带宽储备方面,帝联科技为其备足了带宽资源,以应对庞大的访问数量。

志高云空调掀网络热潮

北京商报讯(记者 孙聪颖)当互联网开始在彩电业掀起热潮,传统彩电企业不甘被具有土狼精神的互联网企业蚕食,以制造业的工业精神积极拥抱互联网,由“硬”及“软”,纷纷打造新的运营模式与商业模式之际,在空调行业,早有企业未雨绸缪,率先推出互联网大数据时代的创新性产品——云空调,开启整个空调行业变局的开端。

自2012年推出全球首款云空调之后,志高,这家中国空调行业第四大制造商,便拉开了一轮面向互联网时代的技术创新、产品研发、市场拓展和市场营销的全面转型和布局。其突出代表便是,基于空调全产业链优势布局完成后,率先拉开了生态链布局体系,基于互联网时代的云计算、大数据平台,打造面向用户需求的智能化空气解决方案。

1.5万台乐视TV6分钟内售罄

北京商报讯(记者 陈维)日前,乐视TV开放了“开年第一发”现货购买活动,北京商报记者了解到,乐视商城1.5万台超级电视现货在5分48秒快速售罄。据了解,此次1.5万台超级电视中包括5000台X60、5000台S40、1000台2D版S50和4000台3D版S50。

乐视TV方面宣布,50台70英寸超级电视Max 70工程纪念版开始接受预约,仅限北京、上海、广州、深圳、成都、武汉、沈阳、南京、杭州、苏州10个城市,预约时间为2月18日14时至2月25日10时,2月25日12时开放购买。Max70工程纪念版售价6999元,较量产机8999元的价格便宜2000元。今后,乐视TV还将每两周在周二进行一次“周二现货日”购买活动,用户可以在非现货开放购买期,在乐视商城排队预约,发货周期随着订单需求弹性调整。

JDA发布最新服务产品套件

北京商报讯(记者 金朝力)随着线上渠道占家电销售比重的日益提高,优化库存、需求、补货等供应链管理已成为家电企业面临的新难题。对此,JDA集团于日前宣布公司最新的服务产品套件PerformNOW!上市。旨在针对配货、选品、库存管理、企业计划、S&OP、需求管理和补货管理等环节提供综合解决方案。

据了解,PerformNOW!旨在帮助生产企业在最短时间内完成强大、高效工作环境布局,实现客户解决方案投资价值最大化。JDA咨询服务部门利用数百例客户实施所积累起来的深厚行业知识,研发PerformNOW!套件。主要功能包括预设计的资源计划、设计文档和规范等。

TCL向价格战、饥饿营销说不

彩电企业欲重建市场生态

随着乐视、小米等互联网企业的介入,智能电视市场原有的秩序已被打破。同时价格战、饥饿营销等恶性竞争也开始充斥整个行业。近日,彩电企业TCL在业内首次发布《互联网宣言:TCL 2014年智能电视八大行动》(以下简称《八大行动》),欲重构智能电视生态圈,从而让智能电视的竞争重回健康轨道。

互联网电视呼唤新行业秩序

“我们呼吁全行业坚决抵制价格战、饥饿营销等恶性竞争行为,保障互联网电视产业快速健康发展。”近日,在TCL爱奇艺电视TV+家族新品发布会上,TCL多媒体CEO郝义道出了彩电企业捍卫互联网电视健康发展的决心。

据悉,自2013年起,乐视、小米等互联网企业打着“颠覆者”旗号进军互联网电视市场,凭借价格战、话题营销赚足了眼球。但原有秩序已破,新的秩序却并未建立,互联网企业自身也陷入盈利模式不明、质量不佳、售后服务不完善等质疑中,成为行业公认的“破坏者”。

在此次发布会上,TCL发布了《八大行动》,表示将以有力举措指引产业正确发展方向。在中国电子商会副秘书长陆刃波看来,TCL的一系列行动是试图将互联网电视的竞争焦点回归到产品力、服务力原点,为行业重新建立起良性发展秩序,就此成为行业的“重建者”。郝义也表示:“通过这一系列有力举措,TCL不仅为行业发展轨道理清线索,更驱动行业竞争重归产品力,将有力驱散行业泡沫,加速重建行业秩序。”

电视“健康”保卫战将打响

“这次我们务必要让互联网电视重新赢回用户的信任。”郝义表示,TCL希望通过《八大行动》重建行业务实之风、推动互联网电视全面普及,一场全新的互联网电视“健康”保卫战即将打响。

“事实上,自互联网企业涉足彩电业以来,其激进的政策已经对互联网电视产业的健康发展造成了较



为严重的伤害。”陆刃波一针见血地指出,凭借轻产品、轻渠道、轻服务的模式,互联网企业将产品价格一再压低,博得了社会舆论、消费者的巨大关注,但同时也让产业陷于价格战的边缘,产品质量、售后服务等更屡遭诟病。“互联网电视产业已逐渐脱离竞争正轨,陷入拼数据、拼炒作、讲故事的怪圈,产品力、服务力竞争却被刻意忽视。”陆刃波指出,《八大行动》的出台适逢其时,对于互联网电视的产业秩序及长远发展来说意义重大。

据郝义介绍,《八大行动》将从互联网电视内容、功能、体验、销售、渠道、服务等多个层面着手,推行联网百分百、真智能行动、持续满意行动、杜绝概念炒作、真高清进万家行动、免费生态圈行动、全方位服务行动、全渠道销售行动八大行动,为用户打造贴心、极致的互联网电视使用体验。例如《八大行动》中率先提出真智能行动,将对市面上的“伪智能”产品形成冲击,给消费者带来最佳的智能体验。

成熟生态圈支撑百万销量

互联网电视作为新兴品类,去年包括TV+、乐视电视、小米电视等在内的整体销量也不过数十万台,在整个彩电业中所占的体量较小。在此次发布会上,TCL联合爱奇艺一举推出TCL爱奇艺电视TV+产品家族,实现了4K显示、视频内容、操控等全方位创新,并宣布TV+家族

今年全年的销售目标为100万台后,犹如一石激起千层浪,在业内引起巨大反响。

中国电子视像行业协会秘书长郝亚斌表示:“百万级别的巨大规模生产,对制造能力、成本控制、质量控制、资源配置、售后服务体系都提出极高要求,行业也只有TV+生态圈模式才有能力实现。”据了解,TV+生态圈最大的特点就是事情交给最专业的人来做,通过整合行业最顶级资源,共同打造最好的产品,让其他企业单一、封闭模式相形见绌。生态圈模式不仅是TV+100万销量的信心来源,更让TV+的产品力得到持续提升。

“TV+生态圈模式打造了最强的家族产品,使其有十足的底气完成百万目标。这也预示着互联网电视竞争模式日益清晰化,TV+生态圈模式已全面优于竞争对手。”陆刃波认为TV+以强大的产品力直击用户痛点,将进一步巩固其互联网电视第一品牌的位置,并有力引导产业竞争重心聚焦产品力的原点。

郝亚斌表示,随着IT化、国际化浪潮来袭,现阶段正是中国传统彩电转型升级的最佳时机,不能因为互联网企业的搅局就自乱阵脚。而以生态圈模式率先奠定互联网电视品牌地位的企业,其品牌互联网化、娱乐化转型步伐也将加速推进,最终其竞争优势也将体现出来。

北京商报记者 金朝力

长虹美菱酝酿推智能冰箱

近日,由于受到将发布智能冰箱传闻影响,美菱受到资本市场青睐,股价于2月17日涨停后接连飙升。数据显示,自长虹基于家庭互联网的ChiQ电视发布起16个交易日中,美菱电器11个交易日收红,从4.43元涨至6.24元,涨幅达到41%,直至2月17日涨停。

行业分析人士表示,长虹公司自身的股票在今年1月发布ChiQ电视前夕也曾经连续涨停。在他们看来,本次美菱涨停的原因和一个月之前的长虹是一样的,基于家庭互联网的冰箱有可能即将发布。ChiQ电视是长虹家庭互联网市场化落下的第一只靴子,而长虹下一只靴子会落在哪儿?行业内也猜测不断。

有可靠消息称,在长虹集团智能化战略积极作用下,长虹集团各子公司纷纷加快智能新品的推出,空调公司已开发了多款变频空调产品,积极推进智能空调项目研发。美菱电器近日将推出采用全新压缩机、最新智能技术系列的高端智能冰箱。

专业人士将长虹下一个ChiQ智能终端新品进一步指向冰箱。资深家电观察人士洪仕斌认为,美菱电器在长虹集团整体智能化战略中的地位不言而喻,智能化新品战略将是美菱自2006年高端化以来最令外界期待的一项新战略。去年下半年以来,美菱冰箱产能已大幅提升,产品竞争力不俗。

电商行业专家罗浩元表示,黑

白协同或助美菱迎发展拐点,美菱电器近日涨停绝非偶然。ChiQ电视已实现监控和操作冰箱、空调等其他智能终端,涵盖智能冰箱、智能空调、智能洗衣机的白色家电将是更大的蛋糕。

业内人士普遍认为,就智能冰箱而言,长虹拥有领先的智能技术、华意压缩拥有高效的制冷技术、美菱拥有先进的冰箱应用和设计技术,这些技术在公司内部就能实现快速、有效的整合并快速投入生产。如今看来,长虹集团在冰箱领域的产业链优势在全球范围内独一无二。在智能的网络化时代,美菱智能冰箱的机会已真正到来。

北京商报记者 金朝力