

· 看台 ·

海尔子母免清洗洗衣机全球首发

北京商报讯(记者 金朝力)海尔日前在北京举行洗衣机新品发布会,全球首发子母机免清洗洗衣机以及大筒径滚筒洗衣机两款新品。据悉,海尔子母机免清洗首先培养了孩子自己独立、自己操作、自己洗衣服。其次,这款洗衣机从此使你的家里不需要再买第二台洗衣机,可以解决所有的问题。最后它解决了洗衣机因为外筒脏而产生二次污染的难题。此外,海尔还发布了另一款能洗玫瑰花的至柔性的紫水晶滚筒洗衣机。

微鲸智能电视主打内容牌

北京商报讯(记者 陈维)继月初推出50英寸智能电视新品后,时隔半个月,日前微鲸再度发布55英寸智能电视新品——微鲸55PRO。据了解,该新品采用LG原装进口RGB真4K IPS硬屏,内置Hi-Fi级音响,航空级铝合金边框,搭载台式电脑级64位芯片和旗舰级独立图像处理芯片。内容方面,微鲸55PRO聚合了腾讯视频、芒果TV、VICE等优质内容资源,拥有超过8500部电影、10万集好剧,覆盖TOP 10综艺节目。据悉,微鲸电视55英寸PRO仅售4198元。

美的智慧生活服务明年全面运营

北京商报讯(记者 金朝力)美的日前对外发布了其智慧家居成果,展示了M-Smart智慧家居系统以及未来美的将战略转型智慧家居的理念。据了解,2014年,美的正式对外发布M-Smart战略,实现全品类智能化覆盖。2015年完成智慧家居体系的搭建;两年后,美的正式发布M-Smart智慧生态计划,宣布智慧生活运营服务平台开放落地,提供智慧生活整体解决方案;2017年,美的智慧生活服务将全面上线运营。截至目前,美的产品涵盖30多个品类、年出货数超2亿台。

博士园产品获美国FDA认证

北京商报讯(记者 陈维)随着国家经济增速放缓,创新正在成为各行各业寻求增长的关键,这既包括传统家电、数码等制造产业,也包括类似干细胞延展的医疗相关领域。日前,北京博士园通过长期的艰苦努力,实现了新突破,新推出的益发液经过美国食品和药品监督管理局(FDA)认真严格的审查之后被批准认证。这也是行业内首个美国FDA OTC部门批准认证的产品。业内专家分析,中国企业和产品想要走出国门,最关键的在于自主创新。

ZUK金秀贤明星手机今日预售

北京商报讯(记者 金朝力)昨日,ZUK北京举办ZUK金秀贤明星手机首发见面会,韩国明星金秀贤本人亲临现场,为ZUK明星手机造势。ZUK金秀贤明星手机售价为1999元,将于今日起通过ZUK官网进行独家销售,预计4月初发货。此前,ZUK金秀贤明星手机已于3月17日通过京东众筹募集支持者,仅半小时就筹足目标金额。这款手机最大的亮点则在ZUK金秀贤明星手机中内置了金秀贤官方App,包含了金秀贤精美照片、音乐、视频等元素。

极米科技推4K超清无屏电视

北京商报讯(记者 陈维)画质的突破使得无屏电视有望迎来爆发式增长。日前,极米科技正式发布三款新无屏电视,其中包括3D全高清1080P无屏电视H1、4K×2K超高清无屏电视T1和8K×4K背投超高清无屏电视T2。相比普通电视而言,无屏电视因为显示形态的变化,使得画面能够轻易突破100英寸,实现超大屏电视观看,但一直以来因为画质较差使得市场推进缓慢,而此次极米H1、T1、T2则突破这一行业性难题。

小米正式进军曲面电视市场

北京商报讯(记者 金朝力)小米公司近日正式发布了8999元的65英寸超薄曲面电视和1799元的43英寸超薄电视。小米联合创始人、小米电视负责人王川表示,在去年上半年,小米就已开始计划推出曲面电视。因为小米电视已在主要尺寸段都有突破,但曲面还是受到很多用户喜欢。之所以选择65英寸这一尺寸,是因为用户既可在这一尺寸内体验曲面电视的临场感和包围感,价格又不会太高。和8999元的价格相比,目前市面上65英寸的4K曲面电视均价在18216元。

全球5亿台PC面临更换

笔记本市场再演圈地大战

平静多年的笔记本市场再起波澜。继微软、TCL、华为等企业先后在MWC(世界移动通讯大会)上跨界发布笔记本电脑后,本周二联想也在国内市场正式推出了其全新Think X1家族笔记本系列产品。而在这些新老势力圈地笔记本市场的背后,则是全球5亿台PC面临更换的产业大背景。

据北京商报记者了解,联想集团在国内发布的全新Think X1家族系列产品,由新一代ThinkPad X1 Carbon、ThinkPad X1平板笔记本电脑、ThinkPad X1 Yoga和ThinkCentre X1组成。整体而言,Think X1系列定位于为高端商业市场,X1系列产品最低售价为6699元。据联想集团高级副总裁、中国区总裁童夫尧透露,联想的个人消费级高端产品有三种形态,Think系列、YOGA系列和手机中的摩托罗拉。其中,ThinkPad是主打高端的商务精英人士,而YOGA是主打消费类,走时尚路线。“ThinkX1家族是联

想在ThinkPad整个系列里面推出的一个新系列,我认为它代表了联想在笔记本领域、在多模领域、在二合一领域一个最新的科技成果和我们的工艺水平。”

事实上,早在联想之前,笔记本市场便迎来一大批跨界者。在2月举办的2016 MWC上,华为推出了定位高端商务的PC产品MateBook。而在华为发布之前,另一家手机厂商TCL也发布了自家的PC产品。

此外,三星近日也在国内上市了Notebook9 Spin,而小米笔记本更是从春节前便不断有消息传出。

中怡康家电研究专家左延鹤表示,华为、TCL、联想等新老阵营发力笔记本市场并非简单的战略推进,而是其中暗藏巨大商机。最新数据统计,目前全球有5亿台使用至少五年以上的旧PC仍在使用。这也就意味着今年笔记本将迎来一次大的换机潮,PC市场将有望出现新的拐点。

调查机构TrendForce此前发布

的报告也显示,2015年全球笔记本电脑出货量1.644亿台,同比衰退幅度达6.3%,但对2016年的市场走势表示乐观。IDC副总裁劳伦·拉夫德则直言,PC更新换代周期将在2016年迎来新高潮。

值得注意的是,目前在笔记本市场二合一电脑正成为新宠。如华为MateBook、三星Notebook9 Spin、联想ThinkPad X1平板笔记本电脑,均为二合一笔记本。

自媒体分析机构玉启咨询分析师李辰表示,如今PC消费市场比较稳定且消费者趋于理性,但受智能手机、平板电脑等产品影响,用户使用笔记本电脑在功能方面已有所改变,游戏娱乐等功能重要性降低,而商务办公使用重要性明显提升。随着二合一笔记本的推出,加之换机时间节点的到来,必然会掀起一轮热销潮,至于谁能够从中获取更大的利益,则要看谁能够更好地满足用户需求,需要靠产品说话。

北京商报记者 陈维

高端市场让彩电走出“量价齐跌”困局

在刚刚结束的中国家电博览会(AWE)上,中外彩电厂商是“八仙过海,各显其能”,而不同的显示技术也是暗中较劲。过去一年,由全球领先品牌发起的显示技术升级成为行业发展关键词。它们都是通过显示技术上的创新,推动了产业升级,做大了高端市场。

每年的AWE上,电视都能带来意想不到的惊喜。2014年的曲面电视,2015年的SUHDTV,而今年,三星携带第二代量子点电视正式登陆中国市场,宣布无边框曲面时代的到来。北京商报记者在AWE上现场看到,三星展示了数十台不同品类的电视,仅SUHDTV全系列就提供了从49-88英寸5个尺寸的选择。据三星电子大中华区电视营销副总经理刘峻光介绍,在未来的数月里,三

星还将推出涵盖SUHD、曲面、UHD和家和悦目电视在内的十余个系列,近40款型号电视的全新产品线。

推陈出新是电视业走出固有桎梏、重塑新格局的重要保障。而且,对于彩电业来说,各品牌间的竞争并不是坏事,反而能激发潜在的活力。三星正积极研发新技术、新产品,推出了一系列引领行业发展的产品。而且,在“互联网+”的浪潮之下,三星也将不断拓展内容来源,与iCNTV、芒果TV等建立合作关系,同时不断完善Tizen操作系统,让用户使用更加简便舒适。

除了自我升级的方向外,纵观全球市场,电视行业处于复苏、调整状态,进入存量竞争。而对于中国市场来说,虽然经历了2014年量价齐跌的困局和2015年的微量增长,但

依旧保有市场活力。

刘峻光认为,在未来市场,电视将呈现“高大智曲”类高端产品持续增长的态势,同时通过快速竞争引导技术加速迭代升级,而三星电视则将进行产品差异化战略,在产品上,提升高端产品销量的同时,继续推动曲面电视进入主流彩电市场;另外更加深入研发本部消费者需求,推出诸如声音镜像、Family TV、赏“晰”悦目、一屏双享等差异化功能。

有关专家认为,彩电回归画质依然是2016年的主基调。2016年彩电市场的热点依然会聚焦在智能、画质和大屏上,主攻高端大屏市场才能有所作为,技术创新能力弱、转型速度慢的品牌随时会有掉队的危险。

北京商报记者 金朝力

海信2月彩电销量超外资品牌总和

近日,中怡康市场研究公司发布2月彩电市场数据。当月,海信电视零售量、零售额的市场份额双双创出新高,分别达到了18.18%、19.38%,市场第一优势加大。从中外品牌格局来看,外资品牌2月销量总和不及海信一家。

从中怡康数据可以看到,中国电视机业的市场开始加速分化。对比前八名的去年同期表现可以看出,市场前三名的品牌市场占有率有不同程度增加,相反,后五名的份额出现了不同程度的下降。在分化的过程中,海信成为市场分化的受益者,其市场第一的优势正在加大。特别是零售份额已经逼近20%,拉开第二名3个百分点以上,是第五名的两倍。这说明传统“彩电五强”阵营分化加剧。

据悉,外资彩电从去年3月以来,进入了持续的下降通道,一年的时间跌去了近半市场份额;外资金牌液晶电视零售量总体份额从去年3月的30.45%跌到今年2月的16.96%,零售额总体份额从41.81%跌到23.32%。外资品牌零售量的总和已经不及中国海信一家。

海信电器相关负责人表示,2015年,全球彩电市场格局悄然发生变化,日系品牌日渐式微,中国品牌迅速崛起,竞争格局演变从“中日韩”三足鼎立渐成“中韩”对垒之势。此外,中国彩电业经过半个多世纪的发展沉淀,产业链逐步成熟,已具备大举“走出去”的条件。

索尼到三星,曾经称霸全球彩电市场的王者,在其卓越的市场和品牌表现背后,都有着足以傲视全

球的显示技术支撑。2015年海信电视出货量超越索尼,进入全球前三,这是海信国际化的标志性事件。2016年,搭载了ULED3.0技术的电视产品推向全球,标志着海信正在向全球昭示技术主张,推行技术标准,这是其不满足于“三强”位置,追求更卓越成就的信心之体现。

从2011年开始研发的ULED显示技术,如今已历时三代。凭借高动态范围、高色域、高清晰度、高运动流畅度的特质,ULED技术将液晶电视显示画质效果提升到“极致”。ULED系列产品助力海信电视连续13年中国市场第一,并牢牢把握中高端市场主动权。这项技术通行全球后,也将成为支撑海信电视推进全球中高端战略和差异化竞争的硬实力。