

· 看台 ·

数码类产品最受企业网购青睐

北京商报讯(记者 金朝力)近日,由工信部电子信息司指导,工信部赛迪研究院、中国电子报社主办的2016(第二届)互联网+企业采购高峰论坛在京举行。会议期间,赛迪顾问联合中国电子报社发布了《2016中国自营式企业网购分析报告》。该《报告》显示,在中国自营式企业网购市场的刚需品类中,数码和电脑整机产品最受欢迎。2016年上半年,数码类和电脑整机这两大类可以占到总市场的57%。其中,数码类产品占到总市场的28.8%,电脑整机类产品占到28.2%。相较2015年,数码类产品上升很快,并赶超电脑整机类跃居第一。

万和携京东推三款厨电新品

北京商报讯(记者 陈维)线上渠道的持续增长,吸引着厨电企业加大线上布局。日前,万和携手京东发布了燃气热水器、吸油烟机、燃气灶三款厨电新品,新产品在智能化和安全方面有了较大提升。其中,冷凝燃气热水器640J3“安安”采用智能氧护系统和智能双气种安全报警器,实现对有害气体的主、被动双保护。抽油烟机J730A“金色年华”和燃气灶具L730XW则是业界首款联动厨电产品。新品均为国家一级能效产品。冷凝燃气热水器640J3“安安”售价3898元,保修期八年。吸油烟机+燃气灶的组合售价4398元,保修期五年。此外,为响应国家能效新政,在新品首发周,购买万和节能产品的用户均可以享受300元补贴。

荣耀布局VR/AR开放实验室

北京商报讯(记者 陈维)日前,在VR China JAM 2016圆明园VR/AR全国创意大赛的闭幕式上,荣耀正式宣布,将继续与实创集团深度合作,携手创立“荣耀实创VR/AR开放实验室”,为更多的VR创业团队提供硬件支持,以及和大企业合作的机会。对于VR领域的布局,荣耀产品总经理熊军民认为,VR/AR作为2016年最前沿的技术,可以在很多领域造就各种各样的“可能性”,创造更多价值,它能让科技与其他领域碰撞,从而擦出火花。据了解,荣耀从今年上半年便开始布局VR,推出支持VR功能的手机——荣耀V8。

TCL借中超加大体育营销

北京商报讯(记者 金朝力 石飞月)10月30日,在中超最后一轮比赛中,TCL聘请辽宁宏运老将肇俊哲为该公司高端副品牌XESS创逸的第二位形象代言人,也借着中超联赛又做了一把体育营销。此前,在9月推出XESS创逸时,TCL当时就聘请了中国女排主教练郎平作为XESS创逸电视产品的形象代言人并成为全球首位用户。据了解,TCL公司在体育赛事方面的投入已经持续了20多年,早在1994年,TCL就赞助了甲级足球联赛中广东宏远队对上海申花队的一场比赛;1996年,TCL与低谷期的中国女排合作,成立TCL郎平排球基金会,此后直接赞助中国女排。

华为等亮相“2016中国IT创新年会”

北京商报讯(记者 金朝力)“2016中国IT创新年会”日前在安徽宿州隆重召开。本届年会由赛迪顾问股份有限公司与安徽宿州高新技术产业开发区联合主办,以“创新驱动IT变革”为主题。在本次大会上,IBM、华为、科士达、微软、烽火通信、中科曙光、科大讯飞、中标软件等国内外知名IT企业发表了以IT创新、云计算发展等为主题的演讲。2016年中国IT创新年会还发布了“2016年度中国IT服务标杆企业奖”、“2016年中国IT行业最具影响力创新企业品牌奖”、“2016年中国IT行业创新企业奖”和“2016年中国IT技术创新产品奖”等。

数码大方中国电信合推智能终端App

北京商报讯(记者 金朝力)近日,“2016中国电信工业添翼推介会暨智能制造高端论坛”在浙江温州举行。推介会会场,设有中国电信工业添翼展台和数码大方展台,在展台上,北京数码大方科技股份有限公司介绍了与中国电信强强联合推出的智能终端App——“工业添翼”,它是“互联网+”与工业融合发展的创新产品,融合3D设计和云计算、移动互联网等信息化技术,利用手机、平板电脑等移动终端实现产品3D展示功能,主要应用于制造型企业的销售、产品安装、售后服务、设计、生产等应用场景,让用户在移动互联网时代,随时随地畅享3D设计和产品沟通。

OLED三年内将占五成高端市场

彩电显示市场改朝换代

占据显示市场近20年的“液晶王朝”正面临改朝换代。10月31日,苹果宣布新的iPhone将采用OLED面板,正式敲响了显示技术变革的战鼓。据北京商报记者了解,中国家电企业创维、康佳、长虹以及LG电子已开始采用LG Display的OLED面板推出OLED电视产品,并正在积极开拓高端电视市场。另外,从今年9月开始,飞利浦也在中国推出OLED电视,竞逐高端市场。

“未来,OLED将改变显示产业的规则,一统显示市场。”LG Display OLED事业部社长吕相德日前在接受北京商报记者采访时表示。他预测,三年内全球高端电视市场的50%将由OLED占据。同时他还提到:“LG Display的OLED技术和产能已成熟,并与中国企业构建了巩固的合作关系,能够让以全球市场为目标的中国显示技术通过OLED来实现崛起。”

此前,韩国OLED专业市场分析机构UBI Research在题为《OLED电视已在市场安全着陆》的报告中表示,OLED电视虽然价格仍比LCD电视高出约两倍,但在美国消费者调研报告的最佳电视调查中,OLED电视已经超越LCD电视,得到市场的认可。尤其是在全球企业竞争激烈的高端电视市场上,OLED电视确实已经得到消费者的信赖,

OLED市场正在加速扩大。

据了解,从2011年起,显示市场的高端增长势头开始减弱,面板厂商的销售规模也开始出现负增长,厂商间的竞争更加激烈。显示业界的话题也从“成长”和“速度”渐渐转移到“利润”和“效率”。

但在面板生产及市场开拓方面,中国面板厂商已开始加速布局,并在逐渐改变整个市场的模式。像京东方和华星光电等中国面板厂商正积极投资10世代以上的LCD生产线,加速扩大生产力的步伐;市场方面,中国已经赶超北美,成长为全球最大的电视市场,消费者对于新技术的接受速度也更快,成为3D以及UHD等新产品的必争之地,尤其在以超高清分辨率画质而自豪的UHD电视市场中,中国成为市场趋势的引领者。

在这样的显示体系转换的时

代,中国厂商为了更好地实现显示崛起,也在不断寻找新的技术平台作为基础。竞争加剧的市场中,要跳出LCD的红海,OLED是惟一的出路。日前,长虹多媒体产业公司总经理苏子欢称:“OLED是电视行业发展趋势,长虹将坚定不移地把握趋势,开发更成熟、优质的OLED电视产品。”创维副总裁李海鹰也表示,自发光构造的OLED是惟一可引领显示未来的技术,创维2016年OLED电视销售目标是20万台。

谈及OLED的发展,吕相德表示,今年9月,OLED累计销售100万片。在中国、北美、欧洲等全球High End市场上,OLED正在引领市场。尤其是在北美市场,55英寸OLED电视在2000美元以上的高端市场上占比达到77%,65英寸OLED电视在3000美元以上的市场上占比达74%。

此外,在客户方面,目前已有很多企业有上市OLED电视的计划。“目前的OLED产品在品质方面,已达到一般家庭中使用17年也不会出现任何问题的水平。在品质要求非常严格的德国和日本,企业也已经认可了OLED电视的完美画质及品质。”吕相德说。

北京商报记者 金朝力

美的苏宁共推智能空调普及

近日,美的空调联合苏宁易购共同启动苏宁美的“智能+”计划(第二季)活动。双方还签署了100万套“美的i+智能空调”采购协议,共同推动智能空调的普及。

此外,苏宁发布了《智能空调消费白皮书》。据苏宁统计数据显示,在过去一年内,苏宁平台智能空调品类发展迅猛,其中美的表现尤为突出。苏宁云商营销中心总裁助理、苏宁空调公司执行副总裁吴丁剑介绍,美的智能空调自身占比已经达到30%,预计2017冷年将超过50%;美的

智能空调占苏宁整体智能空调销量比例高达38%,位列行业第一。

面对“智能”这一全新市场增长点,苏宁、美的早在2015年5月就启动了“智能+”计划,双方当时达成50万套的智能空调采购协议。在技术合作领域,双方也是基于云平台之间开放,以高效的合作使得双方各自发挥出自身优势,实现产品销售与技术研究的完美结合。

在苏宁、美的“智能+”计划(第二季)活动中,双方签署了100万套智能空调采购大单,这一举措必将

推动中国智能空调市场迈上一个新的台阶。美的家用空调事业部副总经理、国内营销公司总经理刘涛表示,随着100万套“美的i+智能空调”的落地,美的智能空调在苏宁体系的自身占比也将超过50%。

此外,苏宁与美的空调宣布联合共建用户研究实验室,将继续从“用户体验、场景应用、开放平台、生态系统”四个维度深入合作,为做大做强智能空调市场打下坚实基础,最终实现让智能化不再停留在概念阶段。

北京商报记者 金朝力

传统打印机市场迎来智能化变革

最新统计数据显示,受国内整体经济形势低迷的影响,自2015年至今,中国打印机市场呈现整体下滑态势。据IDC报告显示,2015年全年打印机新装机总数下降近9%,许多厂商的打印机新装机量均持续下滑。

在打印机市场持续低迷的同时,随着移动终端技术的发展与普及、人类社会对于环境保护的意识、企业与社会机构的发展与变化等,让传统文印领域也掀起了一场颠覆性的智能化革命。

产业观察家洪仕斌表示,与过去仅仅打印一份文件不同,在今天的办公环境下,很多办公族的文件都藏在手机里,因此如何改善文件网络传输与提升工作效率,是打印机市场演进的方向,也正因如此,打印机行业其实真正面临的发展或是挑战是,如何将打印设备向智能化的方向演进。

目前在智能打印机市场,主流厂商也在智能化方向做着自己的努力,试图争抢智能化打印市场领域的蛋糕。像三星依托技术和产业供应链优势,将智能技术应用到打印机设备,推出基于安卓系统的智能数码复合机。其中三星针对企业用户推出基于物联网理念的旗舰产品——三星MX7大智领系列,可以同时连接内网与外网的双网卡、NFC组件、无线直连、蓝牙连接等,为用户提供“永远在线”的连接。

据了解,三星MX7大智领系列安装了基于云服务的Send Anywhere,借助这款软件可便捷地实现用户与用户之间的文件传输与移动打印等,同时通过随机密码,保证资料共享安全。此外它具有较高的耐久性,可有效降低成本,让用户能从更换墨盒、硒鼓和显影剂等平常比较琐碎的工作中解脱出来。经测算,使用其侧面和底部

大容量进纸器,三星MX7大智领系列最多可打印6140页纸,每月最大打印负荷高达33万,大大提升了用户打印办公效率。

目前,诸多打印机巨头都在争抢智能化的蛋糕,但许多打印产品仅仅增加新的功能就称之为智能,本质并未改变,而三星则将智能操作平台系统与打印设备融合,将搭建起基于打印机为终端的物联网开放平台,这将是继智能手机、智能电视之外的又一智能化生态平台。

洪仕斌指出,当越来越多的打印机厂商开始试图切入智能化打印领域的时候,三星等企业则通过创新将智能化打印市场竞争推向了更高维度的物联网领域的竞争,并通过快速适应市场与需求变化,推动打印机的智能化变革,并确定新的行业标准,因此打印机行业的变革正在产生。

北京商报记者 金朝力