

## · 看台 ·

## 乐视电视累计销量近900万台

北京商报讯(记者 陈维)乐视电视正在冲击1000万台销量目标。11月9日,乐视致新总裁梁军在乐视2017年资源推介会上正式宣布,从2013年7月3日上市至2016年10月底,乐视超级电视累计销量近900万台,即将进入到中国电视销量前三名。梁军认为,乐视大屏用户价值和营销价值将超越OTT电视,即将开启下一个新媒体时代。“为充分释放用户价值,激活超级电视营销价值,乐视在超级电视端打造了场景入口广告、超级轮播频道、智能桌面广告、传统OTT广告、生态创新合作等营销资源,致力于与合作伙伴共同成长。”

## Moto手机跨界走时尚路线

北京商报讯(记者 金朝力)Moto日前携手国际知名时装品牌VIVIENNE TAM亮相2016北京国际时尚生活博览会,带来了一场以“东西方现代新丝路”为主题的科技时尚秀。作为联想移动今年的重磅产品,Moto Z自发布以来已经实现了多次“跨界”,不止与哈苏合作推出“摩眼-哈苏摄影模块”,还与Kate Spade、Tumi等时尚品牌跨界合作。这种跨界不仅给用户带来更个性化的使用体验,也让Moto吸引到更多时尚、潮流领域的粉丝,提升了年轻时尚群体对于Moto品牌的认知度。如今,智能手机已成为当代人们生活中不可缺少的时尚配件,Moto希望打破科技和时尚的边界。

## 数码大方获三项工业软件奖

北京商报讯(记者 金朝力)近日,“2016年度国产工业软件优秀解决方案展示对接活动广州专场”举办。中国工业软件产业发展联盟在会议现场发布了2016年度中国工业软件十大领军企业、优秀产品等奖项名单,北京数码大方科技股份有限公司荣获“2016年度中国工业软件领军企业”奖,公司产品CAXA智能制造解决方案和工业云互联网云服务平台均获得“2016年度中国工业软件优秀产品奖”荣誉。中国领先的工业软件和工业互联网公司数码大方,是国家规划布局的重点软件企业,是国家级高新技术企业及中关村国家自主创新示范区创新型企业,也是全国首家在新三板挂牌的工业软件和工业互联网公司。

## · 情报站 ·

## 智能助听器西嘉登陆中国市场

北京商报讯(记者 陈维)智能化发展给家电数据产业带来巨大变革,随着市场日益普及,产品智能化不再局限于手机、电视等产品,也涉及到足疗机、助听器等产品领域。日前,Sivantos听力集团正式面向中国市场推出全新高端智能助听器品牌西嘉Signia。

据了解,西嘉助听器源自全球闻名的助听器制造商Sivantos,其前身是西门子听力集团,集听力研究、助听器研发和生产为一体,足迹遍布全球100多个国家和地区。

推出新品牌西嘉Signia的同时,Sivantos还发布了听力技术平台“Primax传奇号”及其Cellion雷霆、魔法师等系列新品。其中,Primax传奇号“言语大师”功能能够在任何存在言语对话的环境里,自动捕捉并放大言语信号提供给终端用户,同时屏蔽噪音,提高言语的识别度。还拥有双耳电话、对传助听器等功能,可以有效地契合单侧耳聋用户的需求,感受到周围360度的声音环境。

不同于以往产品,针对用户对音乐方面要求的提高,Primax传奇号注重智能优化处理,能将音响播放出来的声音智能调节到最舒适的聆听状态。而针对现场演奏,也可以智能地处理乐器声音,为用户还原最真实的现场演奏。据Sivantos集团全球COO Ignacio Martinez介绍,6个月之前已经在全球的其他市场推出了传奇号的产品,且获得了市场一致好评,这也是登陆中国市场的一大原因。

依托Primax传奇号平台,西嘉助听器推出“Cellion雷霆”、“Silk魔法师”等系列智能新品。其中,Cellion雷霆是全球首款利用锂电池无线充电科技的助听器,并具备IP68最高等级防尘防水性能。而Silk魔法师是最小尺寸的、无需定制外壳的完全耳道式助听器,是全球首款实现双耳单麦克风方向性的无线助听器。

## 注销公告

北京三月兰科技发展有限责任公司(营业执照注册号:110114012478866)经股东会决议,拟向公司登记机关申请注销,清算组由高惠来、李跃、苗跃行、鲁啸威组成,高惠来为清算组负责人。请债权债务人于见报之日起45日内向本公司清算组申报债权,特此公告。

2016年11月11日

## 董明珠自叹行业见顶

## 空调市场上演智能化自救

北京商报讯(记者 陈维)市场大环境低迷,产业结构升级成为空调厂商发展的主要途径。日前,格力电器董事长董明珠关于格力空调市场份额见顶的言论,也引发了业界的热议。智能空调已成为空调厂商集体自救新策略,近年来,美的、志高、海尔等主流厂商不断加速推动智能空调,智能空调市场普及率也一路走高,据奥维云网最新数据显示,2015年智能空调普及率约为8%,而2016年已经达到了16.1%,增长达一倍。业内专家分析指出,未来智能空调的发展,将直接关乎空调厂商的经营状况。

董明珠日前在股东大会上首度承认空调市场增长空间不足。“人各有所爱,各有选择,有人选亲情关系,各种原因导致不会买格力的品牌,格力凭它的技术、诚信,在空调领域做到超过40%的份额,再有增长空间也不大了。”

不止是在市场份额上,传统空调发展模式也受到限制。查看格力数年财报显示,2013年和2014年营收分别为1200亿元和1400亿元,到2015年营收却退为977.5亿元。业内专家指出,直接原因是企业间大打价格战,而背后则是市场需求不足。

事实上,经过家电下乡、节能补贴等刺激政策后,我国空调市场已经处于饱和状态,市场需求不足,导致了过去两年空调库存居高不下,因此引发了格力、美的、志高等主流空调厂商集体频繁推出大力度促销活动。

奥维云网发布的报告显示,2016冷年(2015年8月-2016年7月),国内空调总销量4822万台,同比增长8.1%,销售额1592亿元,同比增长5.3%。虽然看似增长,但主要是因为2015冷年空调市场销量和销售额分别同比下滑5.2%和8.3%所致。对比数据,2016冷年销售额其实要低于2014冷年1648亿元,仍处于下滑趋势。

整体行业表现低迷,智能空调成为行业发展亮点。苏宁易购日前发布的《智能空调消费白皮书》也显示,2015年全行业智能空调渗透率大概为8%,2016年达到16.2%,苏宁体系渗透率2015年为9.5%,2016年达到18%。

业内产业观察家指出,这主要得益于美的、志高等企业的大力推动。作为智能空调领导品牌,志高早在2012年就推出了全球首款智能云空调,随后更是不断提升智能空调的出货占比。针对2017冷年新品,志

高更是推出第三代智能王产品,从单一智能产品实现全智能提升,并荣获世界纪录协会颁发的“世界最智能的空调”世界纪录证书。而美的早些时候也明确指出从2017冷年起将逐步淘汰非智能产品。

“单纯的价格战对企业的作用将越来越低,只有高品质、优质服务、高附加值的产品才能够帮助企业脱颖而出。”志高集团董事局主席兼总裁李兴浩此前表示。中国家用电器协会副理事长王雷也认为,智能空调符合当下消费市场最核心的价值诉求。

国家信息中心信息资源部副主任蔡莹指出,智能空调已经成为继变频空调之后国内空调行业又一个新的增长点,开始从根本上改变家电传统制造模式。

业内观察家洪仕斌认为,随着年轻一代成为消费主力军,这些群体伴随着网络而成长,他们在选择产品时往往与父辈会有一定差异,会更加注重产品智能化方面的应用以及一些细节体验,不再满足于简单的室温调节。智能空调的发展有可能会颠覆原有的市场格局,像志高这类积极拥抱智能化的企业有望在这一轮竞争中脱颖而出,实现弯道超车。

## 魅族推新机布局中高端市场

北京商报讯(记者 金朝力)随着国内智能手机市场的饱和,市场规模增速进一步下滑,行业竞争加剧,布局中高端产品成为国产手机厂商发展的新趋势。继此前OPPO、小米相继推出R9s和Note 2之后,日前魅族正式推出全新PRO 6s,加码中高端市场。

据了解,魅族PRO 6s在产品外观上依旧沿用了上一代产品PRO 6的设计,但提升了产品拍照和续航功能。PRO 6s主相机配备索尼IMX386 CMOS,有效像素1200万,加入四轴光学防抖功能,内部高精度传感器能智能调节抵消多级震动,提升了产品拍摄、录制功能。

此外,PRO 6s在保留mCharge 3.0快充技术的同时,电池提升至3060mAh,较上一代产品整机续航时间提升了20%。

魅族科技副总裁李楠在接受北京商报记者采访时指出,之所以选择这两方面的升级,主要是根据用户的反馈。公司在用户调研过程中,发现一些用户对上一代产品PRO 6的意见就是续航时间不够,以及拍照效果欠佳。

其他硬件配置方面,PRO 6s配备64GB储存容量+4GB大运行内存,采用10核3集群架构,Helio X25旗舰处理器,产品售价2699元。

事实上,随着用户需求的转变,中高端机型已逐渐成为市场增长主力。据全球调研机构GfK全国零售监测数据显示,上半年,新千元(1000-1500元)和中高端(2500-4000元)成为智能机市场增长的主要驱动力。其中,1000-1500元价位段零售量同比上涨47%,2500-3000元价位段上涨111%,3000-4000元价位段上涨70%。

产业观察家洪仕斌指出,这主要是因为智能机替换和消费升级驱动市场结构升级所导致,随着智能手机市场的换机潮进一步加剧,中高端智能手机仍将是未来增长主力。

## 传统电视厂商全面布局内容生态

北京商报讯(记者 陈维)随着家用电器智能化的愈演愈烈,电视也从“你播我看”的单向传播时代朝着“你点我播”的双向互动时代演变。在互联网的驱动下,越来越多的观众追求个性化的娱乐方式,也正是因为如此,如今的电视业正在经历着巨大的变革。

最新数据显示,从2012年开始,智能电视开始井喷式增长,2016年上半年智能电视渗透率已超80%,这意味着短短四年中,用户期望已从“买一台电视机”逐渐转化为“购买屏幕背后的互联网服务”。

随着互联网电视不断拓展,制约该行业发展的内容匮乏瓶颈也正逐渐被打破。三星电视相关负责人日前对北京商报记者表示,在电视业的巨大变革中,硬件上的推陈出新是远远不够的,想要在行业内始终保持领先,还要依靠内容上的不

断丰富和完善,因此三星在今年选择牵手华数TV似乎是大势所趋。据悉,华数TV在2016年下半年将提供2500部好莱坞电影、1200部国产电影以及4万部电视剧,将《疯狂的小鸟》、《惊天魔盗团2》、《欢乐颂》、《山海经》等国内外新剧、热剧一网打尽。同时,还有针对于少年儿童、体育迷等人群的相关节目。

此外,互联网电视“低质低价”的形象也正被打破。尽管消费者对价格依然敏感,但据调查,63%的消费者愿意为高端家电产品支付5000元以上,只是他们需要更“贴心”的个性化产品和品牌。据市场研究机构HIS DisplaySearch报告显示,三星电视2015年年均销售额占全球市场份额的27.5%,年均销售数量占全球销售数量的21%,两个数据都位列世界首位。如今三星在量子点、曲面技术上的发展,不仅在业界屡获殊

荣,更是从产品到设计到技术都受到了专业人士及消费者的多方肯定。而华数TV拥有全国最大的数字化节目内容媒体资源库,秉承着打造综合娱乐家庭平台的理念,旨在为观众提供更多个性化的选择。目前已经拥有超过2000万的数字电视用户。本次,三星与华数TV的合作,是将最强技术与最强数字化节目资源库的“强强联合”。

产业观察家洪仕斌表示,如今智能电视的黄金增长期已接近尾声,所有的厂家都将面临着市场饱和的局面,也许能否以独特的核心产品与后期服务,整合多渠道快速扩大用户基数以及深度运营用户,将成为智能电视领域能否保持高速成长的关键因素。对于三星电视来说,与华数TV的合作是拓宽其内容资源的重要途径,更是继三星与芒果TV、iCNTV携手后的又一跨界大事件。