

· 看台 ·

## 聚好看互联网电视覆盖用户将过亿

北京商报讯(记者 金朝力)互联网电视的发展已势不可挡。11月16日,聚好看科技股份有限公司总经理于芝涛透露,海信最新的互联网电视用户数量已经达到2252万,继续领跑全球。明年预计用户量达3300万,覆盖近1亿观众。据预测,聚好看2017年、2018年的用户总量将分别达到3300万和4500万。以每个OTT电视屏幕前有2.8个观众计算,2017年聚好看覆盖的观众将达到亿级。有关专家广告资源量突破亿级阈值,加重了聚好看这家脱胎于硬件巨头的互联网公司的媒体属性,其将凭借OTT兼具电视广告与数字广告特性的优势,带领行业重构媒介格局。

## WiGig芯片出货量明年将达3亿

北京商报讯(记者 金朝力 石飞月)日前,WiFi联盟已经开始着手认证“WiGig”技术相关产品,并称到明年底可能会有1.8亿台设备使用这一技术,包括路由器、手提电脑、智能手机等,WiFi联盟也同时公布了首批5款WiGig认证的产品,分别来自英特尔、戴尔、高通等公司。作为WiFi的补充技术,WiGig采用60GHz频段,稳定性更好,最快传输速率可达8Gbps,是WiFi速度的10倍,约15秒内可传输一部DVD的内容,特别适合高清晰度影像数据传输,被认为是未来无线高清电视与高清家庭影院待开发的金矿,到2017年底,WiGig芯片总出货量将达3亿。

## 数码大方与中国电信合推工业添翼

北京商报讯(记者 金朝力)11月1日-5日,2016中国国际工业博览会在国家会展中心(上海)举行。数码大方联合中国电信推出的移动互联网应用产品——“工业添翼”亮相展会。数码大方与中国电信合作展出的“工业添翼”,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,让用户亲身体验在移动互联网时代,随时随地畅享3D设计和产品沟通。

## vivo布局中高端市场推三款新品

北京商报讯(记者 陈维)在三星、苹果等国际高端品牌不断犯错的情况下,国内手机厂商也在加速对中高端市场的布局。11月16日,vivo正式发布三款新品,vivo X9和X9 Plus以及Xplay6。其中,X9售价2798元,X9 Plus尚未公布,vivo Xplay6售价4498元,Xplay6的发布也被业界看做是vivo坚持进军中高端市场的关键信号。产品方面,X9系列两款手机屏幕分别为5.5英寸、5.88英寸的1080P显示屏,前置摄像头均搭载2000万像素定制索尼传感器与800万像素专业虚化摄像头。而Xplay6采用5.46英寸2K屏,四曲面玻璃设计,搭载骁龙820处理器,后置配备双摄像头。

## 志高获空调测评智能指数冠军

北京商报讯(记者 陈维)随着云服务、大数据分析、移动互联网和物联网产业的日益发展,空调“智能化”的概念也被迅速引爆。一项空调购买意向的问卷调查即显示,548名受访者中,81.57%的人表示会考虑选购智能空调,16.61%的人持观望态度。日前,第三方权威媒体《消费者报道》从一家知名线下家电卖场选购了海尔、格力、美的、志高、松下及大金6品牌的大1匹、1级能效变频空调,送至第三方权威检测机构,就耗电量、制冷表现及智能体验三个大项目进行对比测试。测评结果显示,志高分别夺得智能指数的单项冠军、综合性能最佳的全能冠军。

## 乐视手机跻身“双11”第一阵营

北京商报讯(记者 陈维)日前,乐视手机公布今年“双11”销售数据,“双11”期间,乐视手机全网出货量达31.7万部;11月11日当天,分别位于京东手机销量排行榜第6、天猫手机销量排行榜第7,跻身京东及天猫两大平台手机销量品牌榜TOP 10,跨入手机行业一线阵营,成为众多乐迷及消费者抢购的焦点。业内有关人士表示,在众多厂商角逐激烈的“双11”大促中,乐视手机在供货紧张的压力下仍旧能够保持强劲势头,如果没有供货因素的限制,势必将获得品牌前五甚至前三这样更好的成绩;同时也证明了今年年轻品牌的成长趋势。

## 万家乐易主引发行业地震

## 厨电黄金时代面临终结

北京商报讯(记者 陈维)在家电整体销售处于寒冬的情况下,厨电领域仍然保持两位数的增长速度。但11月11日,万家乐决定以7.45亿元的“低价”剥离亏损的厨电业务,引发了行业的地震。数据显示,2016年国内厨电市场在售品牌数量已达到577个,远远超出洗衣机、冰箱、空调和电视机等家电产品的品牌在售数量。有关专家指出,大量品牌的涌入,低质低价的无序竞争,恐怕让中国厨电业高速发展近30年的黄金时代面临终结。

上周四晚间,国内厨电行业老牌厂商万家乐发布公告宣布,公司拟将其主要业务之一的厨卫电器业务进行剥离,将对应的燃气具公司40%、60%股权分别转让给西藏汇顺投资有限公司(以下简称“西藏汇顺”)和张逸诚,经交易双方协商确定本次标的资产100%股权的转让价格约为7.45亿元。

厨电业务一直是万家乐的核心业务。资料显示,在过去的2014年、2015年、2016年1-8月期间,燃气具公司的营业收入分别为26.18亿元、25.68亿元和16.36亿元,占上市公司营业收入的比例分别为67.19%、62.16%和62.66%。

报告指出,交易完成后,万家乐主营业务将由输配电设备业务与厨卫电器业务两大类变更为以输配电设备为主业,投资供应链管理、商业保理等其他业务。

值得注意的是,虽然上市公司万家乐剥离厨电业务,但是万家乐这个厨电品牌还将继续经营,因为就厨电业务来说,万家乐的实际控制人并没有发生变化。按照协议,收购万家乐厨电业务的为万家乐董事张逸诚和西藏汇顺,而西藏汇顺的实际控制人为张明园,后者为张逸诚的父亲。而此前西藏汇顺也一直是上市公司万家乐的控股股东,于今年3月底



与广州惠富博衍投资合伙企业签订股份转让协议,将1.2亿股股份转让给后者,才使得公司实际控制人发生变化。

另外,此次厨电业务出售也包含商标的转让,共计165项商标权,其中“万家乐”系列商标权共99项,“万家乐云热水ECO”系列商标4项,“猫客”系列商标24项,其他商标38项。这也就意味着剥离后的燃气具公司可以继续销售万家乐品牌厨电产品。

上市公司万家乐方面指出,此次厨电业务的剥离主要是为了使得上市公司避免受到家电业务持续下滑带来的影响。并指出,2016年1-8月公司营业利润亏损2330万元,其中7-8月大幅下降,原因包括市场竞争的加剧以及公司自身投入不足竞争力下降等。

产业观察家洪仕斌认为,万家乐的变动也意味着中国厨电行业一个时代的技术,在过去30年里,厨电行业一直处于高速增长,在过去几年里增速更是远超电视、空调、冰箱等品类。但随着近年来厨电品牌的不断增加,市场增速放缓,行

业正走向一个充分竞争的市场新拐点。

中怡康总经理贾东升日前在上海发布的《2016中国厨房电器产业发展趋势》显示,2016年国内厨电市场在售品牌数量已达到577个,远远超出洗衣机、冰箱、空调和电视机等家电产品的品牌在售数量。

事实上,万家乐在今年7、8月,营业利润大幅下降,但是其他主流的品牌却并没有出现类似情况。查阅最新的三季度财报发现,以厨电为核心业务的4家上市企业中,唯独万家乐一家出现亏损。万和营收10.77亿元,同比增长12.53%,净利润6337万元,同比增长14.6%;老板营收14.6亿元,同比增长35.28%,净利润2.78亿元,同比增长53.39%;华帝营收10.41亿元,同比增长19.96%,净利润4672万元,同比增长118.02%。

比达咨询分析师陈彪认为,厨电行业今后的竞争将会更加激烈,企业增长将围绕抢占其他厂商份额所展开,强者愈强的“马太效应”将日益凸显。具备核心技术、创新、品质的企业将持续增长,而中小品牌的生存空间将不断被压缩。

## 冷暖式空调迎来销售井喷期

ENECHARGE蓄热产品,受到市场的青睐。

据了解,冬天空调在使用时,由于室外温度过低和压缩机制热能力不足,很难正常启动,再加上空调制热时需化霜,不仅耗电多,还容易造成停机的情况,导致室内温度波动大,严重影响了舒适度。虽然市面上有很多的电辅助加热空调,但其节能性和使用过程中的安全隐患却不能让人恭维。低温难启动、除霜停机等问题已成为空调制热最大的发展瓶颈。

为解决空调制热难题,松下空调研发推出了ENECHARGE蓄热技术,这是一种能够将空调压缩机工作中被废弃的余热,通过蓄热装置转化为可用的热能,用于辅助室外机除霜工作的技术,它具有不受严寒影响的寒冷地区规格,即使当户外气温降到零下30℃时也能正常启动,而且在除霜过程中依然可以强劲供暖,这就是蓄热空调和普通空

调的最大差异点。

为了强化空调的供暖体验,松下空调2016年推出的全系列新品挂机及尊铂系列柜式空调,都采取了针对足部制暖的设计。此外,环境的恶化使越来越多的消费者开始重视空气质量和健康,这为空调行业带来新的商机,带有健康功能有望成为空调产品的标配。像松下空调采用双离子净化技术,不但可以去除房间内的PM2.5、粉尘、细菌及隐藏在窗帘、沙发等纤维深处的附着菌和异味外,还能对困扰用户已久的甲醛实现高效清洁。

行业观察家洪仕斌表示,从近期空调市场的表现来看,新常态下市场需求并非完全低迷,而是缺乏有效打动消费者的产品和手段。这就要求空调企业还原产品价值,多从技术、功能、体验等方面入手,通过差异化的产品和举措迎合用户需求,主动引爆市场,这才是整个行业可持续发展的正确打开方式。