

· 看台 ·

索尼首次披露未来全新战略路径

北京商报讯(记者 金朝力)4月12日,索尼(中国)有限公司在成都举办了一年一度的大型品牌活动——2018 Sony EXPO 索尼魅力赏。索尼中国董事长兼总裁高桥洋回顾了过去一年中索尼在中国市场收获的成绩,并首次披露索尼在即将取得史上最高利润之后的全新战略路径。索尼中国、索尼移动、索尼影视、索尼音乐、索尼互动娱乐、Aniplex 动漫等索尼在华企业联袂参加了此次大型品牌活动,展示了电子、影视、音乐、游戏、动漫、教育等业务的发展现状,全面呈现由产品、技术、服务和内容共同打造的独特索尼娱乐体验。

惠普推出轻系列A3数码复合机

北京商报讯(记者 石飞月)日前,惠普推出轻系列A3数码复合机,通过优化产品功能、注重输出管理、强化文印安全,不仅能大幅降低企业文印成本,还能带来轻松便捷、易于管理的“轻文印”体验,对企业运营效率的提升具有重要意义。惠普全球A3解决方案部总经理 Aurelio Maruggi表示:“文印作为办公中的重要角色,在全球以至于中国,我们看到可提高沟通效率的彩色打印需求正在逐年增强,而减少运营成本的文印管理服务需求也在快速增长。”

石墨文档拟年中发布演示版本

北京商报讯(记者 石飞月)日前,云端协作办公软件石墨文档公布了2018年一季度完成的多项产品更新,并宣布将于年中上线石墨演示产品,完成包括文档、表格、演示功能在内的 office 三件套”。石墨文档上线于2015年6月,是一款为中国用户打造的云端office软件,可以实现多人同时在同一文档及表格上进行编辑和实时讨论。2017年,石墨文档完成近亿元B轮融资,投资方为今日头条。石墨文档创始人吴洁透露,目前,石墨文档已经服务近千万个人用户、12万企业用户,覆盖互联网。

奥克斯开启京东超级品牌日

北京商报讯(记者 金朝力)4月11日,奥克斯空调新品推介会暨奥克斯京东超级品牌日发布会在京启幕。在发布会上,奥克斯推出Y3系列新品空调,同时宣布携手京东开启京东超级品牌日活动作为家电电商营销的核心阵地,京东超级品牌日资源向来稀缺。本次奥克斯再度凭借实力与京东强强联手,在夏季来临之前,为消费者提供超值购机福利。奥克斯家电集团总裁冷玲表示:“旗鼓相当的互惠互利才是长久伙伴的前提,奥克斯与京东的强强联手正是基于双方为消费者提供极致体验的共同初衷和对伙伴行业地位的认同。”

松下多款新风净化产品亮相制冷展

北京商报讯(记者 金朝力)4月9日-11日,第二十九届中国制冷展在京举办。松下环境的参展主题为“爱在空气中”,通过对新款家用和商用交换器的展示,彰显对改善空气质量和生活品质的有益探索。此次松下环境展出的设备,包括薄型全热交换器、壁挂式全热交换器、商用空气处理机等多款新风净化产品,受到现场家庭用户和专业客户的广泛关注。特别是整合高净化率和智能化应用的全热交换器产品,在性能升级的同时有效切入市场痛点,带来高效、静音、轻薄、易用的高品质体验,显示出松下环境和松下集团对创新的专注。

暴风999元彩电能卖多久

互联网电视市场又吹起了战争的号角,最近,暴风TV发布了一款40英寸AI电视,定价为999元,并表示向小米宣战,一天后,小米电视官方宣布,小米电视4A 32英寸直降100元,到手价899元。这意味着,去年刚刚结束的价格战又开始了。但赔本卖电视能持续多久是个值得关注的问题。

“作为目前互联网电视次席的暴风,向小米宣战的核心就是争夺价格段,而具体的方法就是真正打造2000元旗舰和千元旗舰。”暴风TV CEO刘耀平详解宣战的战略。他说,随着行业的发展,互联网电视行业已经进入了第三个阶段,现在行业当中的本质已经是“风米之战”,因此暴风的核心理念是争夺价格段。

此次“宣战”意味较浓,首先是发布日期选择在米粉节之前,暴风目标直指小米电视价格段,40英寸仅为999元,价格段直指小米32英寸电视,其价格也为999元。其次,暴风还把暴风40英寸与小米32英寸对比,从电视清晰度、音响功率、内存等指标上进行了比较。

而小米也在此后一天立马迎战。在暴风发布会的第二天,小米电视官方就宣布,小米电视4A 32

英寸直降100元,到手价899元。

不过,北京商报记者登录京东商城发现,价格999元的40英寸暴风AI电视始终处于预约状态,并有限购提示:“仅购买1件时享受单件价¥999,超出数量以结算价为准,仅限购买一次。”而像创维、TCL、海信等主流厂商的40英寸电视价格基本上都在1400元以上。

另外两款售价分别为1199元和1599元的40英寸暴风电视则显示有货,但销售情况并不突出,一个有700条评论,一个900多条评论。与少则几千,多则十几万的品牌电视还是有不少差距。一位购买了暴风电视的消费者凉凉留言称:“电视机很轻很薄,人工智能声音有点生硬,买完电视安装就全靠自己了,客服很忙说详情都写着了,看来降低的不只是价格还有服务!”

另外一款1599元的40英寸暴风电视促销声明中写道:“1599限量抢!享1年暴风影视会员!”但很多消费者则对其承诺的会员服务颇有微词:“我要的带一年会员,拿到电视会员却无法激活”、“买的时候是会员版,比买裸机开会员价格还高不说,到货没有任何提示会员怎么开通,打了客服才告知要关注微信领激活码”。

数据显示,2018年一季度全球液晶电视面板价格方面,40英寸、43英寸和49英寸面板价格出现4%-6%的降幅。但据业内人士透露,预计从2018年二季度开始,面板价格将会有所回升。一位业内家电人士也给北京商报记者粗略算了一笔经济账,目前40英寸电视光面板价格就需要600-700元,而面板价格占到整个电视的60%-70%左右,因此一台40英寸电视的成本就要1000元左右。当然一个企业可以让某一款电视的价格出现赔钱,但从公司的整体策略来讲,还是要赚钱。”

北京商报记者就999元的价格询问了暴风方面,是准备长期卖下去还是只是暂时的营销策略,截至发稿,对方并未做出回复。但北京商报记者也发现,暴风公关部有好几人都已经离职。

有关专家分析认为:“暴风电视的999元活动只是炒作,很快就没有产品可卖。”暴风因无法与海信、创维、TCL同台竞争,价格战也就成为其惟一可采取的对策。但如今的互联网电视品牌开始注重经营能力和盈利能力,价格战将不会持久。

北京商报记者 石飞月

意大利CLIVET中央空调进军中国市场

北京商报讯(记者 金朝力)4月9日,在北京的中国制冷展现场,意大利高端中央空调品牌CLIVET举行了2018年中国区战略发布会。CLIVET的这次发布会,吹响了向中国全面进军的号角,为中国用户带来独具意大利特色的中央空调对空气质量的解决方案。

传统的中国式解决方案,往往单方面着重空调机的性能,在管线设计、居室送风上面千篇一律,不

同的使用场景采用相同的方案,忽略了当地气候条件、居室特点,以及用户的真实需求。

而来自意大利的CLIVET,更强调“系统化改善”,在调研气候条件的基础上,应对外部环境的变化,可以挑选适宜当地气候的空调机及其他相关配置;应对内部不同居室的需求差异,能细致入微,采取不同的具体送风方案,做到定制化、个性化。

意大利的CLIVET具有很好的品牌口碑和雄厚的技术实力,业内人士表示,CLIVET在设计和技术上的双重优势,注定了其卓越的行业领导能力,随着全居室、定制化、人性化、便利化空气系统的需求日益增长,CLIVET有望在中国市场大展拳脚。中国空调市场的进一步开放,将成为更多欧美超级品牌进入中国的机遇风口,CLIVET的动作无疑具有启示意义。

Skyroam 漫游宝完成2000万美元C轮融资

北京商报讯(记者 金朝力)“Skyroam漫游宝VSIM技术就是赋予无生命的智能硬件以生命。未来它将集中应用在智能翻译机、智能汽车、智能电脑上。Skyroam漫游宝CEO、全球首个虚拟SIM卡创始人刘晶对北京商报记者表示,2018年2月, Skyroam漫游宝成功完成2000万美元C轮融资,成为同行业里唯一一家完成C轮融资的企业。

早在2004年,在硅谷具有多年创业经历的刘晶敏锐地发现,对于全球用户来说,更大的通讯壁垒来自国际网络数据漫游。2011年刘晶推出了第一款终端设

备——漫游宝,这项创新技术实现了用户在不使用实体SIM卡的情况下,只要打开漫游宝,就可自动形成一个虚拟的SIM卡,能够让用户自由连接当地最优网络功能的“神器”。这也是漫游宝能够以短短的一年时间就风靡全球的原因,至今,漫游宝服务人次已超过1亿。

Skyroam漫游宝初创时的商业模式很简单,就是通过出售和租赁漫游宝而获取盈利。如今基于VSIM技术产生的虚拟SIM流量信号,已经覆盖逾120多个国家和地区,是SoftSIM覆盖面积的2倍。预计2018年底, Skyroam漫游宝的虚

拟网络至少要增加至150个国家和地区。而且漫游宝还可以1-5人同时使用,费用分摊到个人头上更实惠,相比之下,漫游宝比国际漫游省了不止十倍。此外,VSIM技术的出现,并不是为了抢占运营商的市场,而是在帮助运营商提高流量派发效率的同时,更能帮助运营商把以往被高昂的漫游资费吓跑的遗失客户群体又拉拢回来。这也是Skyroam漫游宝能够发展迅速的主要原因之一。

关于VSIM技术在未来世界的应用,刘晶指出,目前,在物联网时代的大提前之下, Skyroam漫游宝和智能硬件商的合作空间广阔。

遗失声明

重庆新日日顺家电维修有限公司(注册号:500105552002813)不慎遗失发票(发票代码:1100171130、发票号码:02673325),声明作废,特此公告。

2018年4月17日