

· 看台 ·

爱普生全面助力中国家庭教育

北京商报讯(记者 金朝力)1月5日,2018爱普生媒体沟通会在北京举办。此次沟通会是继去年10月爱普生正式宣布将爱普生技术与产品体验引入家庭教育场景中的又一拓展及延伸。针对家庭教育市场,爱普生期望通过全新的墨仓式打印机、家用投影机、智慧型蓝牙标签打印机等多种性能卓越的产品,以技术为核心,从家庭教育场景细节出发,在助力学习、亲子陪伴、丰富家庭生活三个方面探索并拓展全新的家庭教育方式。

在今年的秋季媒体日上,爱普生宣布与京东和好未来教育集团开展战略合作,将打印机设备、微信无线打印、销售平台及教学资源进行整合,共同发布了新一代墨仓式打印方案。

奥克斯京东确定200亿销售新目标

北京商报讯(记者 金朝力)近日,奥克斯与京东2019年战略合作发布会在北京举行,双方首次对外宣布“2019年要力争突破200亿元”的销售规模。当天,最新款智能空调——云裳柜机在京东平台全球首发;奥克斯首席产品艺术官欧阳娜娜还献身打造一场嗨翻全场的“圣诞夜”,并且首次对外发布欧阳娜娜与吉祥物小奥共同出演的大电影《爱的乐章》。

通过这一系列动作可以看到,这场融合年度目标、创新产品、艺术气息、时尚文化等元素的奥克斯京东战略发布会,既是双方开启2019年合作揭幕式,更是奥克斯空调在产品、互联网和O2O三次转型升级基础上,对品牌赋能渠道和市场终端全新模式的真实写照。

海尔除醛净化器排名第一

北京商报讯(记者 金朝力)近日,由上海市环境保护工业行业协会及协会空气净化设备专委会主办的“空气净化器行业信息通报会”在沪召开,会上发布了“空气净化器产品除甲醛及颗粒物能力调查”结果,由零微科技研发推出的海尔除醛净化器KJ820F-N800C排名第一。

本次调查选取了2018年1-8月市场销量前20名的空气净化器品牌,每个品牌中选取其去除甲醛性能最强的机型,委托上海市计量测试技术研究院对其进行甲醛净化效率、洁净空气量、净化能效等关键指标的评测,结果显示,三轮对决,由零微科技研发推出的海尔除醛净化器KJ820F-N800C各指标均完胜对手,成功碾压日本、欧美品牌。

创维启动酷开合伙人计划

北京商报讯(记者 金朝力)近日,创维北京分公司启动“共生·向上·酷开合伙人计划全球启动大会”,与核心供应商签约。此举标志着创维经销商将正式成为酷开合伙人,未来除了享受电视硬件价值,还能分享三重合伙人权益。这全面延长了电视产业价值链,是对变革电视产业生态模式的一次有益尝试。

据了解,酷开合伙人计划是创维继“新硬件新价值”战略后的又一大动作,旨在落实构建价值共享产业新生态的战略规划。有分析认为,凭借硬件技术创新和产业模式变革,实现价值共享,是酷开合伙人计划的最大亮点,这种产业模式对引领电视行业突破目前的发展瓶颈会起到推动作用。

资料显示,最近两年电视行业陷入低价恶性竞争中无法自拔,产品销量和利润双双下滑,严重压缩了电视厂商和经销商的生存空间。突破这个行业困局,一方面是通过科技创新培育产品的差异化性能,提升产品价值和竞争力;另一方面就是从改变产业生态入手,挖掘更多盈利点,延伸产业价值链。

超七成用户青睐大屏彩电

北京商报讯(记者 金朝力)1月8日,由北京商报《家电数码周刊》推出的“2018年中国彩电用户大调查”(以下简称《调查》)结果发布。此次《调查》采用线上与线下相结合的方式。根据《调查》结果,51%的用户拥有两台以上的彩电,其中更有14%的用户家中拥有三台以上的彩电;在购买渠道上,线下卖场仍然是彩电销售的主战场,56%的用户通过彩电厂商的直营店、加盟店以及各大家电卖场购买彩电,44%的用户则通过彩电厂商的官方商城、第三方网上商城进行购买。在选择彩电购买的因素上,显示技术26%、品牌19%、外观16%位列前三位。

2017年是电视产业经历“惨痛”的一年,进入2018年,面板价格下行,品牌和渠道韬光养晦,上半年市场虽然迎来恢复性增长,但消费者需求不旺、传统促销折戟,线上增长瓶颈,即便是频繁的节日性促销,都没有表现出应有的市场活

力。在马太效应下,消费两级分化的趋势越来越明显,消费降级与消费升级在今年的彩电市场同时发生,性价比高、超低价与高端、高品质、黑科技成为最能吸引消费者的两类广告词。

2018年迎来了一个显示技术发展节点,包括OLED、激光电视、量子点显示技术在内的多种显示技术争奇斗艳,这些新型技术大力引领着整个显示领域变革。在 market 需求的刺激下,2019年必将持续众多新的电视技术纷争的局面。OLED是目前唯一落地于消费级市场的自发光技术,有着明显优势。《调查》结果也显示,在显示技术的选择上,58%的调查者选择了OLED技术,量子点和激光电视则分别获得了25%和17%的支持率。

从尺寸段来比较国产和外资品牌可以发现,国产品牌在55英寸及以下市场取得绝对优势以后,开始向更大尺寸发力。2018年1-11

月,55英寸及以下市场中,国产品牌销量份额高达87.3%。而在65英寸市场中,国产品牌销量份额达到了77.1%,同比增涨了10个百分点。在75英寸及以上市场中,国产品牌销量份额达到了52.9%,首次超过了外资品牌。

可以看出,国产品牌正在通过大尺寸化战略进一步蚕食外资品牌的市场份额。在本次《调查》彩电的尺寸选择上,73%的用户选择55英寸以上的彩电,其中还有三成用户选择65英寸以上的彩电,说明大屏幕正成为彩电市场消费的主流。

有关专家分析指出,2019年,电视上游显示面板的产能会极剧释放,对产品价格形成持续冲击,结合OLED、8K等新技术产品的升级入市,将给中国电视市场带来足够丰富的刺激,因此,2019年的中国电视市场将迎来一次快速成长,而产品力对于用户选择的影响也会被继续强化。

三星首款HID屏幕手机上市

北京商报讯(记者 金朝力)1月1日,三星黑瞳全视屏手机Galaxy A8s正式开启首销,共推出极光黑、精灵蓝以及外星银三款颜色。目前6GB+128GB版本建议零售价为2799元,消费者可在三星网上商城、京东三星手机官方旗舰店、天猫三星官方旗舰店、苏宁三星手机官方旗舰店等线上线下门店进行选购。

作为三星首款HID屏幕手机,Galaxy A8s通过屏内开孔技

术将全面屏形态进一步革新,带来更高的屏占比以及畅爽的沉浸式视觉体验。三星Galaxy A8s搭载了后置三摄,提供F1.7大光圈2400万像素的主摄像头,可实现2倍光学无损变焦的1000万像素长焦摄像头,以及500万像素的虚化摄像头,让用户在拍摄时有更多拍摄模式选择,尽情展现不同创意。

面对年轻用户对性能体验的追求,三星Galaxy A8s搭载了高

通骁龙710高性能处理器,同时搭配6GB+128GB及8GB+128GB两种存储组合,带来强劲的动力与流畅的体验。特别是当用户在玩游戏或者进行多任务处理时,可从容切换。3400mAh大容量电池也可为用户的流畅体验提供稳定持久的续航表现。而针对用户的移动支付需求,Galaxy A8s还支持NFC功能。目前市面上很多缴费的卡片(地铁公交卡、燃气卡等)都可以支持NFC功能。

荣耀未来五年欲跻身全球前三

北京商报讯(记者 金朝力)下一个五年,荣耀将继续成为智能手机市场的创新榜样。我们需要依托技术优势,结合我们对全球年轻人的深刻洞察,抓住5G、AI、IoT的大机会,在品牌与产品的双轮驱动下,实现跻身全球前三的目标。”荣耀总裁赵明在1月2日发表的新年致辞中表示。

金立轰然倒下,锤子频传破产……2018年的手机市场无疑正在经历最冷寒冬。市场调研机构GfK发布的最新数据显示,2018年下半年,中国这个全球最大、最赚钱的手机市场开始面临“熄火”,首次出现“量价双降”的局面。尤其在2018年三季度,中国手机市场销量同比下滑18%,销售额同比下滑9%。

但在这样的不利环境中,荣耀

在2018年经受住了严峻考验,逆势增长。赛诺数据显示,2018年11月,荣耀手机国内市场份额已经超过16%,实现线上线下双增长:在中国市场,荣耀进一步夯实互联网手机行业第一的优势,并将这一领先优势连续保持九个季度。在海外市场,荣耀一方面深耕战略市场,一方面全新开拓。根据第三方机构GfK的数据显示,2018年上半年荣耀海外销售量同比增长150%。目前荣耀海外销量整体占比超过25%。

2019年,荣耀又重新站在新征程的起点上。2018年12月26日,荣耀以“品牌升级”的形式,把荣耀对下一个发展阶段的战略判断、发展目标、对未来的构思,向所有人做了一个完整的呈现。以全新LOGO为标志,荣耀以全新的品牌视觉识别体系和新品牌主张“HONOR

MY WORLD 活出,我的荣耀”步入全新发展阶段。

有关专家表示,荣耀全面的品牌升级既是对市场和用户需求变化做出的应对,同时也是面向下一个五年再次起跳前的一次深蹲。而在荣耀做出的变化中,最重要的变化莫过于建立青年派社群。为了读懂年轻人,融入年轻人的生活,荣耀通过搭建多元开放的青年派社群,进一步与年轻人展开交流,引领并塑造年轻人科技、潮流、文化等观念。

赵明表示,在行业寒冬中,荣耀逆势增长的逻辑并不复杂。荣耀运营的核心,一直是聚焦于消费者价值创造。一方面荣耀结合对年轻人的洞察,满足他们对美和潮流与时俱进的追求;另一方面,荣耀认为科技创新是对抗行业周期最好的方式。