

· 看台 ·

iQOO首款手机亮相

北京商报讯(记者 金朝力)近日,vivo旗下全新子品牌iQOO正式推出首款手机。iQOO手机拥有不同的配置版本,其中6GB+128GB版本售价为2998元,8GB+128GB版本售价为3298元,8GB+256GB版本售价为3598元,12GB+256GB版本售价为4298元。

这款新机全系搭载高通骁龙855芯片,拥有最高12GB超大运存搭配256GB超大存储,配备4000mAh大电池和44W超快闪充技术,同时加入了vivo Multi-Turbo、游戏空间和Monster Touch压感按键等,为用户带来全新的独特体验。iQOO品牌副总裁冯宇飞表示,iQOO将通过强劲性能与独特体验,服务好新一代的互联网人群。此前网友们曾对iQOO品牌名的发音和含义进行热议。据冯宇飞介绍,iQOO是IQuest On and On首字母的缩写,意思是追求不止、进击不止。“生而强悍”则是iQOO的品牌主张。

海尔空调公布健康空调升级路线

北京商报讯(记者 石飞月)日前,海尔空调公布了健康空调升级路线:智慧自清洁、净化自清洁、新风自清洁三大健康技术升级,解决了空调干净、空气洁净、空气新鲜等空气健康问题,实现从自清洁空调到健康空调、再到健康空气的升级。

基于自清洁的持续迭代,来自产业在线数据显示:海尔空调2018财年2倍行业增速,2018冷年3倍行业增速,持续领跑行业第一阵营。同时,为了让国内更多消费者用上高品质的自清洁空调,满足更多消费者对健康呼吸的需求,海尔空调宣布自2019年3月1日起对自清洁六大核心专利进行书面免费许可,业内企业联系海尔签订免费许可协议即可使用。通过这一方式,推动我国健康空调的快速普及。

iRobot将推出Roomba i7机器人

北京商报讯(记者 石飞月)近日,据iRobot相关负责人透露,该公司将于本月推出Roomba i7自动集尘扫地机器人,它能自动地将扫地机器人集尘盒中的污垢吸入集尘充电座中的一次性集尘袋中,牢牢锁住灰尘,避免二次污染。

这款扫地机器人配备了一款自动集尘充电座,充电座上可安置一次性集尘袋。一次性集尘袋可以容纳相当于30个集尘盒体积的灰尘和污垢,这意味着消费者数周对扫地机器人进行一次维护即可。当集尘袋装满时,iRobot HOME应用程序会及时向用户发出提醒。消费者只需简单地把集尘袋从自动集尘充电座上取下,替换新的即可。配备了自动集尘充电座的Roomba i7+还可根据需要自动清空集尘盒和进行回充,然后进行断点续航——直到完成设定的全部清洁任务。

美菱发布M鲜生全面薄系列冰箱

北京商报讯(记者 石飞月)伴随着家电市场整体萎靡、红海竞争的日趋激烈、品质消费升级趋势的席卷而来,高端化转型成为各大企业破局的关键所在。日前,美菱加速产品升级,推出了M鲜生全面薄系列产品。

为了让冰箱的空间能够得到更有效利用,美菱研发出冰箱薄壁技术。经权威机构实测,全面薄冰箱保温效果提高了10倍,使得冰箱壁厚从80mm减薄到45mm,厚度减薄了44%,机身从806mm减薄到718mm,减薄了11%。门体厚度从81-75mm减薄到45mm,减薄了40%以上。有效拓展了冰箱内部的使用空间,使整机性能全面提升。美菱冰箱还在开创了薄壁技术的基础上将传统冰箱的两侧散热优化调整为底部散热,自由嵌入。

渠道变革加剧空调企业洗牌

奥维云网监测到的数据显示,2019年1月空调市场零售量规模为190.2万套,同比下降11.4%,零售额规模为74.1亿元,同比下降10.1%,可谓开年不利。同时,行业集中度进一步提升,2018年的三大龙头空调品牌的市场份额已达到了73.6%。

值得一提的是,2018年度国内市场库存量创历史新高,也让空调厂商举步维艰。根据产业在线给出的数据,截止到2018年10月底,整个家用空调行业的总库存是4260万台,已经逼近历史最高点,按照整个库存发展的周期性趋势,现在已经进入主动去库存阶段。

北京商报记者日前发现,包括格力、美的、奥克斯等厂商已在3月起展开促销活动,像格力某款主销变频柜机,价格已低于9000元。而美的与奥克斯之间的价格竞争也异常激烈。在苏宁易购上,以1匹定速机对比,最低的是奥克斯1699元,美的则是1899元。

家电产业观察家洪仕斌表示,如果3月各厂商的促销仍然不及预期,那么价格战将是今年绕不

过去的话题。更糟糕的情况是,如果旺季市场出现凉夏,那么库存量的进一步积压就在所难免,甚至不排除极端、激进的价格竞争手段的出现。

以格力、美的、海尔为代表的主导品牌如同其在市场上的地位一样,产能总量非常可观,三大企业的总产能达到了1.5亿套左右,其中仅格力的产能就超过6500万套。除三大品牌外,奥克斯这几年在国内外市场的销售规模提升速度迅猛,以往的产能已经无法满足其自身需求。这也是其为什么在郑州、马鞍山新建基地的原因之一。

近日,奥克斯集团董事长郑坚江宣布,确定将“奥克斯互联网直卖空调”作为全新的品牌定位,实现奥克斯空调销量每年增加35%,2022年达到5500万套以上。

郑坚江对北京商报记者表示,传统的压货模式,完成规模再返利,存在巨大的风险,肯定会被新的商业模式颠覆。这种传统模式将在2-3年内崩塌,奥克斯顺应时势,通过互联网嫁接传统渠道,创新线上线下双轮驱动模式。通过“互联

网直卖”模式,将层层中间商剥离,真正让利给消费者。

主流厂商的产能扩大以及渠道变革无疑给中小空调企业带来了巨大压力,也加剧了2019年空调市场的大洗牌。数据显示,国内空调的品牌数量超过了300个,其中相当一部分没有自主型制造能力,完全是依托于OEM或ODM方式实现产品供给。

据了解,空调市场近两年内由于市场爆发速度迅猛,中小品牌的产品很好地弥补了主流和主导品牌的产能不足;此外,中小品牌以渠道导向模式,实现了出货量规模的快速增长。这也是近年来中小空调品牌活得有滋有味的原因之一。

“一些品牌肯定会在这波大发展潮流中脱颖而出,往往在产品竞争力上不遗余力地投入资源、在品牌形象提升上有着完整的规划、在技术研发上有着长期的诉求、在渠道和商业模式构建上有着完善体系的品牌或企业,都会拥有更为长远的未来。”中国企业报家电主编许意强表示。

北京商报记者 金朝力

主动降价 三星手机改变在华策略

北京商报讯(记者 金朝力)据调研机构Canalys发布的2018年中国智能手机市场份额数据,去年国行智能机总出货量为3.96亿台,对比之下2017年国行智能机总出货量为4.59亿台,出货量同比下滑了14%。

在市场不断萎靡的情况下,消费电子巨头三星也改变了在中国的策略,开始降低价格来换取在中国市场的占比。近日,三星电子正式在中国市场发布Galaxy S10系列新品。

北京商报记者发现,此次发布的三星S10与去年的三星S9对比,

8G+128G版的三星S10发布价为5999元,而去年4G+128G版的三星S9发布价则为6099元,虽然三星S10配置要更高但价格却更低,而对比美版的三星S10系列,国行版价格甚至要更便宜,这也是此前从未出现过的,比如6G+128G版的三星S10 E国行售价为4999元,而美版售价为749美元,约合5021元人民币。

三星电子大中华区总裁权桂贤表示:“三星将带着创新科技与产品重返战场,会将当下前沿的科技与顶尖的产品,毫无保留地带到中国。未来我们将继续通过领先的

5G技术和设备,将真正的AI及IoT技术带到中国市场。”

有关专家表示,在整体市场萎缩的背景下,各大手机厂商之间的竞争关系也是进一步加剧,毕竟在前几年国行手机市场不断扩大的趋势下,各厂商都能得到市场扩大带来的红利,许多厂商手机销量也是齐齐增长,而在整体市场萎缩后,各大厂商想要获得更高的市场份额,只能从其他手机厂商现有份额中分流。三星的主动调价,也意味着其正在不断适应更加本土化的战略方式,来重新夺回失去的国内手机市场份额。

5G未来十年将经历三个阶段

北京商报讯(记者 金朝力)近日,在西班牙巴塞罗那举行的世界移动通信大会(MWC 2019)上,一加CEO刘作虎、高通公司总裁Cristiano R. Amon及EE公司CEO Marc Allera举行了一场以“ OnePlus 5G: 速度重构未来”为主题的圆桌论坛,围绕5G的发展进行深度探讨。

在圆桌论坛上,刘作虎结合一加近年来在5G领域的探索,表达了关于5G技术的看法与思考,并对5G的未来发展进行了预测。他认为,5G会颠覆整个行业。过去4G时代主要解决人与人、人与资讯的快

速连接,而未来5G时代,现实世界将数据化,实现人与物、物与物之间的连接,智能手机能更好地服务于人的需求。

关于5G的进程,刘作虎提出了5G 3.0概念。长远来看,5G将经历三个阶段。2019-2021年,智能手机及相关应用将发生从终端到云端的转变,5G带来的速率提升让一切云端化,催生出云游戏、云视频和云购物等应用场景,这可以称为5G 1.0时代。从2021年开始到2025年左右,随着AI技术的成熟,将赋能5G手机连接更多的智能硬件,创造出全新的应用场景,进入5G的

2.0时代。2025-2030年的五年间,随着市场上各种各样智能设备的发展,将实现真正的万物互联,达到5G 3.0时代。

同时,刘作虎也指出5G将为智能手机的设计带来一些挑战。例如5G连接对天线的要求很高,基于对用户无负担使用体验的追求,如何在保持手机轻薄手感的情况下,平衡设计天线模块的最佳位置,这是需要解决的问题之一。一加不断探索5G技术,在为