

· 看台 ·

长虹CHiQ旗舰电视ARTIST上市

北京商报讯(记者 金朝力)7月13日,长虹电视联合时尚芭莎举办CHiQ电视ARTIST上市发布沙龙暨新家居艺术品鉴赏会,据悉,长虹ARTIST新家居艺术电视全面搭载长虹第四代人工智能系统。

长虹定义的“新家居艺术”是一个集“美学融合”、“设计革命”、“家居物联”于一体的概念合集。从美学融合方面,此次ARTIST与知名时尚品牌Swarovski的合作,将每一台ARTIST都变成限量定制款;而先进的水转印加工工艺,使得它实现了音箱面板纹理定制。音箱材质模拟自然的大理石纹和木纹,可根据家装风格的不同进行相应的搭配;机身全金属材质,360°一体化工艺打造。

康佳互联网推新解决方案

北京商报讯(记者 石飞月)7月10日,康佳互联网基于康佳OTT新产品体系以及易术营销理论,推出了全新的“家庭客厅+酒店”的跨场景营销解决方案,以“易聚屏”跨场景广告营销平台为驱动,释放康佳集团科技创新力、产业协同力、营销共创力,为品牌营销带来了更为切实的赋能。

“易聚屏”打造了全媒体联动发展的广告共赢平台,占据中国OTT&IPTV多屏广告格局半壁江山。康佳互联网事业部总经理、易平方总经理张聪从康佳互联网赋能酒店场景切入进行了介绍。目前,康佳通过联动五大场景进行创新,创建了“易聚屏”跨场景广告平台,以标准化、数字化、互动化、体验化、定制化、闭环化的融合联动发展“六化”效应,为行业带来全新的解决方案。

创维启动OLED电视普及活动

北京商报讯(记者 金朝力)7月9日,创维在北京宣布在全国范围内正式启动“创维OLED普及风暴”,并推出一系列的营销策略助力OLED电视走进千家万户。

在液晶技术雄霸电视市场的当下,极度成熟的液晶技术让极度成熟的市场固化,行业底价失守,深陷价格战泥潭。奥维云网数据显示,2019年一季度电视市场零售量规模1202万台,同比下降1.1%;零售额规模349亿元,同比下降13.1%。反观奥维睿沃(AVCRevo)《全球TV品牌出货月度数据报告》的显示数据,2018年全球OLED电视出货240万台,同比增长69.4%;全球OLED电视渗透率1.1%,实现逆市上涨。

联想推“深腾X9000”融合计算平台

北京商报讯(记者 石飞月)日前,联想集团召开2019联想全球超算峰会(2019 Lenovo HPC Summit),并推出全新“深腾X9000”融合计算平台。

高性能计算集群(HPC)也就是大众语境中的“超级计算机”是一个复杂的系统。深腾X9000就是联想整合自身在硬件设计制造、人工智能开发与平台化、高性能计算集群交付与维护、与商业及学术机构合作等众多经验之后,向整个高性能计算行业推出的具有异构性、集成性与智能化的整体解决方案。

据介绍,深腾X9000系统基于客户的灵活需求,可以在HG、SR、SE多个服务器硬件产品系列的基础上,配置联想CPU/GPU/Xeon Phi/FP-GA/寒武纪等多种异构硬件平台,结合第四代温水水冷技术“海神”,不仅支持集成交付、集成管理、集成研发等三种流行的计算机视觉场景,还可以搭载联想研发的新一代智能超算平台LiCO 5.3,能够在一个集群中同时运行高性能计算与人工智能开发作业,提供统一的资源调度功能。

“荣事达事件”再揭家电李鬼

7月12日,惠而浦(中国)股份有限公司(以下简称“惠而浦中国”)发布《关于市场上出现假冒荣事达(Royalstar)品牌洗衣机等家电产品的声明》。

声明显示,近期,惠而浦中国发现市场上存在不法经营者生产并销售带有“荣事达”字样的洗衣机等家电产品,并宣传及误导消费者以为是“荣事达(Royalstar)”品牌正品。其行为不仅严重损害了广大消费者的利益,同时也影响了荣事达(Royalstar)品牌的形象及惠而浦中国声誉。

惠而浦中国相关负责人对北京商报记者表示,对于“荣事达(Royalstar)”品牌洗衣机、冰箱和微波炉产品,惠而浦拥有排他使用权,是唯一经“荣事达(Royalstar)”商标所有人授权合法生产并经营“荣事达(Royalstar)”品牌洗衣机、冰箱和微波炉产品的企业。

据北京商报记者了解,这不是荣事达(Royalstar)品牌第一次遭遇李鬼。2015年11月16日,中山荣事达就向广东省工商行政管理局进行行政投诉,申请撤销或变更“广东荣事达实业投资有限公司”企业名称;同年12月10日,中山荣事达向佛山市顺德区人民法院提起民事诉讼,请求法院判决广东荣

事达停止使用“荣事达”。

这一事件再次揭开了家电行业山寨产品傍名牌的乱象。北京商报记者了解到,除了荣事达,方太、樱花、滁州扬子等国内重要的家电生产企业都遭遇了李鬼缠身。由于网购的流行,目前很多消费者在网购家电产品时一不小心就买到了山寨品牌。除了网购,在实体店也会有山寨名牌造型和商标的产品兜售。这些品牌大多会以“分厂生产”、“可以保修”为假货做掩饰,使消费者和品牌厂家双重受害。

根据《国家工商行政管理局关于解决商标与企业名称中若干问题的意见》(工商标字第81号)第四条规定,商标中的文字和企业名称

中的字号相同或者近似,使他人对市场主体及其商品或者服务的来源产生混淆(包括混淆的可能性,下同),从而构成不正当竞争的,应当依法予以制止。

北京商报记者发现,尽管国家有明文规定,但企业与消费者想要摆脱这种李鬼骚扰并非易事。

律师强勇认为,要证明消费者受到山寨品牌的诱导或者欺骗比较复杂,消费者口说无凭,要有证据,比如,厂家的宣传广告、宣传单,或者短信、邮件等;“证明你想买的是此荣事达而被误导买了彼荣事达,这个证明比较复杂”。强勇说。

产业观察家洪仕斌表示,这些山寨品牌享受着正规厂商多年来市场培育所带来的品牌效应,以低廉的价格吸引消费者,无形当中拉低了市场均价,扰乱了正常的市场秩序。要想解决上述问题,媒体的曝光力度终归有限,杜绝这类山寨现象最有力的措施还是正规品牌增强市场的覆盖力度,并通过技术、渠道等方式拉低产品价格,通过市场的手段从根本上杜绝这类山寨现象的滋生。

北京商报记者 金朝力

2019年上半年国内手机出货量降5.1%

北京商报讯(记者 石飞月)7月12日,中国信通院发布的2019年6月中国手机市场运行分析显示,2019年6月,国内手机市场总体出货量3431万部,同比下降6.3%;2019年1-6月,国内手机市场总体出货量1.86亿部,同比下降5.1%。

上市新机方面,2019年6月,上

市新机型有38款,同比下降48.6%,上市新机型中含2G手机9款、4G手机28款、5G手机1款;2019年1-6月,上市新机型为246款,同比下降38%,上市新机型中含2G手机47款、3G手机1款、4G手机197款、5G手机1款。

在国内外品牌构成方面,2019年6月,国产品牌手机出货量为

3268万部,同比下降4.1%,占同期手机出货量的95.2%;上市新机型37款,同比下降47.1%,占同期手机上市新机型数量的97.4%。2019年1-6月,国产品牌手机出货量1.72亿部,同比下降1.8%,占同期手机出货量的92.7%;上市新机型221款,同比下降39.8%,占同期手机上市新机型数量的89.8%。

同比增长22.7% 洗碗机持续领跑厨电市场

北京商报讯(记者 石飞月)随着国民生活水平日益提高,洗碗机因其方便、卫生等特点被广泛接受。据国家家用电器工业信息中心日前发布的《2019年中国家电行业一季度报告》显示,洗碗机产品以22.7%的同比增长持续领跑厨电市场。

在由中国家用电器研究院主办《轻工标准与质量》杂志和《家电科技》期刊承办的2019洗碗机性能质量分析研讨会暨科技家Club标准质量论坛上,中国家用电器研究院副总工程师、环境与健康相关产品检测所所长鲁建国讲到,近几年洗碗机产品日益受到广大消费者关注,有可能在未来成为继冰箱、洗衣机、空调后的第四大家用电器产品。近期中消协开展的比较

试验主要目的有两个,一是从正面引导消费者,打破消费疑虑,让消费者花同样的钱用到质量更高的产品;二是发现洗碗机目前存在的问题,让企业在未来能够更好地发展、展示自己的产品。鲁建国同时提醒消费者,在购买洗碗机时,可以重点关注产品的容量。尤其在线上选购时要擦亮眼睛,选择适合自己的,而不是只看价格。

洗碗机产品起源于西方,虽然目前洗碗机普及率有所提高,但整体与欧美市场仍有差距。中国家用电器研究院测试计量技术研究所工程师秦雅伟指出,洗碗机现行标准主要从电器安全、健康安全、节能环保、使用性能四个方面进行。其中使用性能主要的指标就是清洁性能、干燥性能、循环耗电量、循

环耗水量、漂洗性能。

根据洗碗机性能质量分析报告,秦雅伟表示,各种类型的洗碗机产品总体呈现出一定的规律,洗碗机性能质量总体较好,但大都有单或多项性能技术上的缺陷,制造商在洗碗机技术和设计上需提升和创新。如:洗碗机洗净性能质量总体良好,其中大部分的立式和嵌入式、部分台式的洗净性能良好;洗碗机干燥性能质量表现一般,制造商重视程度不够,其中水槽嵌入式洗碗机大都仅利用余热干燥,干燥效果较差,未来有望增加相关程序和附件;洗碗机漂洗性能测试结果总体较好,大部分水槽洗碗机的漂洗残留较少,其他形式的产品应注重此项目的研究。