

创维发出“决战客厅”宣言

□ 何丹婷

■ 资讯走廊

三方聚首发布330U电视

近日,康佳、苏宁易购、优酷三方聚首,共同发布2015年互联网大屏终端惊世之作“优酷电视4K梦想版330U”,并宣布4月17日11时起抢购全面启动。

优酷电视4K梦想版330U以简单易用为核心,不仅具备领先的均衡8核平台、Android4.4技术,更加具有YUI易柚系统的颠覆功能。深度定制的优酷电视4K梦想版330U,将优酷视频直接嵌入电视系统,运行稳定,操作便捷;专门为观影定制的优酷电视根据用户的观影习惯智能推送影音内容,让用户在第一时间享受最爱的节目。

康佳认为,随着电视智能化和互联化时代的到来,康佳找到了可以信赖、有着共同目标的合作伙伴,给电视行业增添了新的活力。以智能大屏电视为主导的家庭终端作为家庭娱乐和信息控制的重要载体,在互联网的武装之下变得更加强大。与苏宁易购、优酷的合作预示着电视嫁接上智能和互联网,将创造更多的可能。

TCL曲面量子点抢占技术制高点

转型战略一周年的产品创新成果,重量级新品曲面量子点电视H8800,创新真彩系列模块电视E6800,全新人性化设计智能手机IDOL3以及不久前斩获IF设计大奖的智能手表齐聚亮相,特色互联网产品“幸福医生”APP、“科天视频云服务”等也作为重磅新品发布。

TCL创新推出重量级新品曲面量子点电视——TV+曲面H8800系列,结合了当今彩电行业顶尖的量子点和曲面两大核心技术。量子点方面,突破了以往曲面电视在色域上的“天花板”,达到行业领先的110%NTSC色域,并在精准色彩表达、惊艳四色表现力、超高对比度以及舒适观影体验四方面实现了重大突破,这款产品真正将量子点光管技术与量子点增强膜技术集于一身,使得TCL再次站在了全球显示技术行业的制高点。曲面方面,TV+曲面H8800系列使用的4000R曲率打造了迄今为止弧度最大的新纪录,大幅度提升画质,配备哈曼卡顿音响,带来IMAX级曲幕影院般的视听体验。

另外,TCL还推出另外一款创新产品——模块电视,可以通过自由插拔智能卡,拥有不同规格配置的智能电视性能,并享用海量视频内容和多种智能服务,为用户提供真正的个性化服务。(晓荷)

凯美隆乐帕反渗透净水机“免装”

净水器进入到国内市场已经经历了二十余年,目前我国净水行业的企业数量已超过4500家,今明两年市场增速将保持在40%以上。但净水器品牌参差不齐,安装复杂、保养困难的难题也一直笼罩着整个行业。

近日,净水行业领导品牌凯美隆发布“全球首款智能免装RO反渗透净水机乐帕”,给沉闷的净水行业带来了一抹亮色,也标志着RO反渗透净水机正式进入到“免装”时代。

“我国净水机市场虽然发展迅速,但由于多年的同质化发展,导致净水器行业设计能力不足、产品缺乏创造性设计,自主品牌建设动力不足,产业因同质化而身陷价格战泥潭、低水平重复建设、催生产能过剩。”中国家电协会秘书长徐东生介绍到。

据不完全统计,2014年净水机企业已超过4500家,缺乏技术创新是净水行业的难言之隐。根据中怡康的数据显示,从2010年到2015年,不同技术类型的产品价格都是在走高的趋势当中,其中反渗透产品的增速最快,而低端同质化产品生存空间越来越小。

上海三菱电梯展示新技术新设备

日前,上海三菱“2015产品·技术发布会”在成都举办。上海三菱展示了其一系列国际领先的技术和制造设备。

据了解,上海三菱公司已在上海建立80家分公司,拥有8500余名员工,600多个维修保养站点及2万余名协作安装工人,该公司正以庞大的服务网络,主动、专业、及时地为用户提供销售、安装、维保等各环节无缝衔接的整体解决方案。2014年,上海三菱公司再次升级用户服务中心,构建大数据平台,结合ReMes-III电梯物联网,快速响应电梯故障、困人等紧急状态,并在全国搭建“1+5物流分中心”,保证电梯备件供应的敏捷和充足。与此同时,上海三菱公司还非常注重品牌影响力。据悉,在广受业内关注的“全国房地产开发企业500强·首选供应商(电梯类)”的评选中,从2011年起,上海三菱已连续5年以得票率第一的成绩入选。2015年,其更以20%的高得票率再次蝉联。(叶瑜)

4月9日至11日,亚洲规模最大的电子信息行业综合性展会——第三届中国电子信息博览会(CITE2015)在深圳会展中心举办,本届博览会以“智能新时代,数字新生活”为主题,重点展示和推介代表未来工业制造趋势与未来科技发展趋势的行业新品。

在深圳会展中心一号馆,“创维智慧家庭”主题展台勇立,琳琅满目的创维电视、机顶盒、冰箱、洗衣机、空调、净化器、LED照明等多元智能产品卓尔不凡,向接踵摩肩的参展观众展示着闪耀的“智能化、多元化、国际化”创维新形象、新风尚。

发出“决战客厅”宣言

在主题为“智能新时代,数字新生活”的CITE2015新一代信息技术产业发展高峰论坛上,创维数码控股有限公司执行董事/CEO、创维集团总裁杨东文先生应邀发表主题演讲,他认为“智慧家庭时代正式来临”,智能家居生活已在路上,客厅里的电视将会是智慧家庭的核心和第一入口,并代表创维发出“决战客厅”的宣言。

腾讯家电网曾在2014年底做了一份家电报告,其中有一项关于“如果只能选择一处智能化,你最希望是哪里”的问卷调查,客厅赫然排在了第一位,占比达40.84%。可见,智慧家庭的试验场在客厅,而其制高点就是客厅中央的那块屏——电视。

杨东文先生称,智能电视受到如此大的关注,很大程度上是由于其背后孕育着巨大的智慧家庭市场。电视是用户在客厅时代使用最频繁的产品。而智慧家庭与电视一样,同属于客厅时代,用电视来扮演智慧家庭入口的角色恰到好处,并且电视拥有大屏幕,具备显示大量信息的天然优势,用户在观看电视的同时,又可以与其他移动终端进行交互。另外,智能电视操作系统相对于其他家电发展得更成熟,更合适承担智慧家庭中枢的使命。

随着制造业向智能化转型,必然有高度灵活的个性化和数字化的产品与服务的生产模式。“内容为王”的时代已然到来。

2013年,以“内容”见长的互联网企业纷纷抢滩“电视屏”,喊出“不靠硬件靠后台赚钱”、“靠配件、服务赚钱”等口号,激起了轩然大波,并在2014年助推了智能电视的腾飞。步入2015年,彩电智能化发展势头盖过了硬件技术的升级,智能化电视的操作系统将更成熟,朝着简易化方向发展。

首发智慧家庭

此次CITE2015期间,创维智慧家庭生活馆内人气十足。层出不穷的智能家居混战之中,与其他企业有所不同的是,创维是首家强调智慧家庭战略“落地”的家电企业。自信来源于实力。记者了解到,目前创维的联网智能电视超过1000万台,日活跃智能电视超过500万台,且新增激活量以每天2万—3万台的量稳步提升。创维多元化产品则已成功覆盖2亿家庭,辐射接近7亿用户,整体呈持续上升态势。

创维智慧家庭,以智慧屏幕作为家庭的中心,从创维智能电视操作系统5.0入手,在底层植入智



慧家庭模块后,通过全网系统升级,可快速让用户进入家中电视的智慧家庭入口。

创维智能电视不是将各种设备冷冰冰的信息显示和控制功能带给用户,而是基于软硬件连通的服务来吸引用户。比如用户在观看影视服务模块提供的探险影片时,家中灯光、音箱、空调、加湿器等会根据影片场景而变化起来,增加身临其境的乐趣。

“要让智慧家庭真正落地,需要有让消费者产生强需求的应用”,杨东文先生向上下游合作伙伴发出郑重邀请,“我们会更加开放,创维不想做一个只匹配自己产品的封闭体系,我们希望所有的产品都能融入到这个开放的平台上。”

为了更加详细了解用户,提升体验感,创维将会建立一支专业的服务团队,通过标准化流程快速安装和调试各种设备,确保产品顺利进驻家。其智慧家庭产品也将使用Air Kiss协议,所有创维多元化设备和深度合作伙伴们,均可跟电视一秒自动连接,无需通过AP进行WiFi连接的繁琐设置。

创维智慧家庭,以智慧屏幕作为家庭的中心,从创维智能电视操作系统5.0入手,在底层植入智

企业创新需要“精品思维”

在快速扩大规模和高速增长的基础不复存在,但中国企业已经在技术、管理、质量和品牌等方面积累了一定的优势,这正是我们迎接转型升级和实现弯道超车的基础。更值得我们关注的是,随着移动互联网、大数据、云计算、信息化和智能化等对全球产业发展带来巨大的挑战与机会,中国企业极有可能快速突破由跨国企业掌控的渠道、品牌、行销、技术和专利封锁线,从而实现凤凰涅槃。

目前,国内许多企业已经意识到按照传统模式已经无法适应今天这个时代,必须以内部的快速变化来应对急剧变化的大环境。就空调行业而言,不少企业已经在推出更具竞争力和创新力的智能精品,其中就包括率先推出全球首台云空调和自建云服务平台的志高空调,其它同行企业也有类似的产品。但是,在中国企业转型升级的滚滚洪流中,志高空调不仅仅在提升产品竞争力和创新商业模式,而且确立了以高端品牌为前进方向,其战略定位抓住了中国企业在征战全球市场过程中的软肋和痛点。

当然,志高空调正在进行的向高端品牌转型,并非一条平坦之路。在这一路上,肯定有质疑和争议,肯定要有为之付出很多,包括为未来而投入资源,为未来而舍弃很多机会,为未来而锤炼人才。战略上要实现蓄势待发和后来居上,而在实践上就要先

放水养鱼,做好“广积粮”工作,这也是一条“先舍后得”的光明大道。当质量和产品创新与成本、规模、速度冲突的时候,志高坚守质量至上原则,坚守着弯道超车的底线,朝着“造世界上最好的空调”这个方向努力,直至成为“世界优质产品的标志”。

今天的志高,它拥有专业化、年轻化和国际化的管理团队,这个团队善于充分整合内外部资源,而且比同行其他企业更愿意接受新事物和新思维,当然也更容易重构领先的下一代商业模式。围绕用户体验提升,以大幅提升品牌力、产品力、服务力和运营力为抓手,同步进行管理、制度、机制、文化、团队和人才建设,致力于建立共创、共赢、共享的全新开放平台,以市场化牵引实现资源高效整合!这些深潜于财务数据之外的战略内容,虽然具有战略决定的价值和意义,但显然需要经过较长时间的发酵,才能对志高未来的发展释放出巨大能量。

总之,中国企业要向高端转型,不一定非得照搬照抄西方国际化品牌企业的做法,也可以从中国博大精深文化、传统和优秀商号的案例中学习。志高的这条高端转型之路,坚持做好精品和用户体,当然是取法于上,以修得至上之果为目标,并且已经迈开了坚实的步伐,值得期待。(自珍)

格兰仕布局智慧家居突围“互联网+”

站在中国制造凤凰涅槃的关口,专注制造产业已经36年的格兰仕如何突围?

格兰仕正以上游制造的智能化、下游产品的智能互联,实现上下游全产业链同步互联网化和智能化,打造“中国制造升级版”。

格兰仕集团总裁梁昭贤说:“2014年,格兰仕人干的第一件事就是投了30亿元做了一个全球最先进的、规模最大的微波炉制造企业,现在一个制造基地产能释放,每天可以生产17万台微波炉。”在格兰仕中山厂区的微波炉自动化生产线上,记者看到,自动化的设备、机械手和自动升降机,替代以往忙碌的工人。组件—预装—总装—打包—堆垛—传送入仓—科学仓储—自动化出库,一气呵成;一台微波炉从零部件装配到成品下线装箱,所有制造流程都在空中完成,1秒钟即可生产1台微波炉。据格兰仕微波炉总装车间统计,新建工厂的单线人均效率比传统生产线提升了62%。

2008年,金融危机席卷全球带来经济下行,新

《劳动法》实施使得人口红利式微,双重压力开始倒逼传统的制造企业转型升级。从那时起,格兰仕逐渐开始到意大利、日本、韩国等地考察设备,并投入巨资进行设备升级改造。

而且,为使传统的规模化生产适应个性化的定制需求,格兰仕采用了模块化智能生产。格兰仕工厂负责人称,格兰仕有一个专门的组件车间,复杂的零件会被装配成不同的模块,模块与模块之间可以快速集成,小家电、大家电都可按需使用不同模块组成的成品。

在今年政府工作报告中提出,要制定“互联网+”的行动计划,这将加速互联网与传统产业的融合发展。在这样的环境下,积极拥抱互联网,迎接互联网时代的挑战,成为家电行业发展的大趋势。而格兰仕早在2012年就开始布局互联网的新渠道,并在2014年发布了专为80、90后定制的互联网子品牌UU,全面采用互联网思维打造。

3月28日,格兰仕和中国科学院计算技术研究所联合发布了“G+智慧家居白皮书(V1.0)”,揭

了格兰仕在智能家居领域的系统布局。

中科院计算所博士陈援非称,格兰仕G+智慧家居战略平台是支持格兰仕全品系家电的云接入服务平台,将为格兰仕全品系家电提供智能化管理服务,实现一站式服务。“也就是,格兰仕将通过这个平台实现上下游全产业链同步互联网化和智能化。”

该平台由G+云服务、客户端、底层接入技术构成,可为用户提供健全完善的接入和智能解决方案,并针对产品运行、用户习惯进行数据分析,为公司运营、产品改善提供数据分析能力。利用云服务收集用户操作习惯,与家电对话,与朋友分享使用乐趣,让用户参与产品迭代评估。

业内人士认为,格兰仕是一家几十年如一日专注家电及其核心零部件制造的综合领先白电企业,G+智慧家居战略平台的创建,表明格兰仕紧紧把握行业发展潮流,拥有超前的战略眼光和务实的互联网思维。随着G+智慧家居平台的全面开放,格兰仕这张“中国智造”的名片将擦得更亮。(青春)

美的空调实现智能控制

继今年3月份美的空调宣布首批实现接入苹果HomeKit后,近日再次发布智能空调新动向,美的空调与腾讯微信平台达成合作,在美的集团智慧家居研究院和电商公司的协助下,目前已完成第一版与M-smart兼容的、微信智能空调系统的开发。

家电业自2014年始,智能化前瞻研究趋势明显,在家电巨头的合力推动下已进入智能化发展的快车道,满足个性需求的单个智能家居产品迭出。但用户目前反馈一个问题:智能家电的贴近性、随

身体验价值感普遍不强。

根据对智能手机使用习惯的研究,微信是所有智能手机用户必会装机,并已经形成超6亿用户量的网络社交互动平台。美的空调智能化技术开发工程师介绍,与腾讯微信达成合作后双方共同开发空调智能控制技术。美的微信版智能空调,搭载了M-Smart的“美居”APP控制技术的,用户不仅可以通过美居APP与空调设备可以进行互动,还可以通过微信与空调实现网络互动与控制,满足当前消费者频繁使用微信进行网络交互的需求,增加了便捷

的智能空调控制、互动的入口。用户关注“美的智能家居”公众号后,输入自己在“美居”APP注册完成的账号与密码,便可以登陆到美的云,至此,用户就可以使用微信与美的空调进行互动了。正如微信中与亲朋好友沟通的输入形式一样,用户可以通过语音、文本两种输入方式与空调互动。

家用空调相关负责人表示,后续还会对微信版智能空调进行全面优化升级,将使美的空气管家所有品类的全部功能都可以在微信上实现智能控制,让用户使用时更便捷、更贴心。

■ 视点

主持人
何丹婷

海信曲面电视上市引发“三国杀”

在全新一代海信ULED曲面电视上市背后,一个原本由日韩企业主导的全球电视显示技术“双雄会”格局,正在变成中日韩企业的“三国杀”。作为后来者的中国力量,正在海信的强势推动下上演“后来者居上”。

4月8日,海信电器面向全球推出全新一代的ULED曲面电视,再次引爆2015年彩电市场旺季点火,并在国内彩电市场刮起一股显示技术自主创新新风。海信新一代ULED曲面电视,凭借出色的显示性能,将与日韩企业在电视显示技术上展开正面较量。

从2002年进入平板时代以来,中国彩电企业的发展呈现出“突飞猛进”态势,很快成为全球平板电视制造大国。但是,由于缺乏在显示技术的自主创新能力,在平板电视核心零部件上主要依靠外资进口,这也为中国从彩电大国向彩电强国转型的“巨大鸿沟”。

即将于今年发布的中国制造2025规划,将创新驱动和智能转型提升至“前所未有”高度。作为中国版的工业4.0计划,其核心标志就是推动中国企业原能力的提升。对于彩电行业来说,核心创造力就集中在显示技术上的自主创新。

早在去年海信推出全球首创的第一代ULED电视,拉开了中国企业在电视显示技术上与日韩企业硬碰硬较量的先河。在中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋看来,“海信的ULED技术是中国彩电近十年来为数不多的能达到国际领先水平原创超高清技术。这将在未来带动更多中国企业在显示技术上的自主创新能力提升。”

今年初韩国三星也推出采用分区控制技术的SUHD超高清电视,这也进一步确立了海信未来显示技术布局上的领先性,并将此前的电视显示技术日韩双寡头竞争格局推向了中日韩三巨头对垒的新格局。

近年来,随着京东方、华星光电等一批中国本土平板显示面板工厂顺利投产,打破了过去全球平板显示面板主要为日韩企业垄断的市场格局。特别是最近几年来,以松下、索尼等日本老牌彩电巨头受制于创新能力和创新速度的制约,在全球彩电市场竞争力快速衰退,这为中国企业在显示技术上的创新崛起,提供了弯道超车的机会平台。

对于彩电来说,核心部件不只是一块面板,还包括背光模组、图像处理技术,实际上考验着整个彩电企业在硬件和软件的协同创新能力。比如,当前市场上的众多4K电视,均可以从上游工厂采购到4K面板,但由于各家企业所拥有的图像处理技术和模组技术不同,造成了同是4K电视,但画面显示效果“千差万别”的情况。

早在2008年海信投产了业内第一条LED背光模组生产线,实现了LED电视产业链的自主研发、自主制造。同时通过多年创新积累,取得100多项显示技术专利,实现在动态对比度、色域、峰值亮度、黑场亮度、清晰度等关键指标的全面提升,完成中国企业在显示技术上的自主技术体系的构建。

更为重要的是,与当前的OLED电视相比,ULED电视在技术成熟度和成本方面更具优势。怡康1月份零售监测数据看,65英寸大尺寸ULED电视价格仅为同尺寸OLED电视的1/3左右。ULED作为海信的平台性显示技术,不仅仅应用在液晶彩电领域,未来将在医疗显示、商用显示对比度和色彩表现要求较高的显示领域广泛应用,其在彩电市场的发展空间和商业价值不言而喻。

浙大选手夺恩布拉科创新大赛最高奖

封闭式制冷解决方案商恩布拉科与中国制冷学会联合举办的“第三届恩布拉科创新大赛”近日在上海举行颁奖典礼。来自浙江大学的吕东杰、王伟、李裴婕小组凭借“取之于鱼,用之于鱼——渔船废弃能量驱动冷冻系统”创新项目摘得本次大赛特等奖一四万美元创新奖金。此前,来自上海理工大学等高校的四个项目组还获得了恩布拉科提供的创新基金,用于这些获奖项目的样品制作、开发测试和市场调研等。

“以制冷创新”为主题的第三届恩布拉科创新大赛于2013年4月8日正式启动,主要面向全国高校制冷及相关专业在校学生(本硕博)征集实现高效率、低噪音、成本优化和智能化的制冷创新解决方案。截至2014年10月31日,大赛组委会共收到28所高校113名大学生提交的60件作品,这些作品从热力学、材料、电机、电子、轴承结构等方面提出了富有创新性与想象力的想法和应用。

“很高兴获得了第三届恩布拉科创新大赛的特等奖和丰厚的创新基金。感谢恩布拉科为我们提供的赛事平台,并且有机会与来自全国各地兴趣相近的优秀同龄人切磋,向这么多顶级制冷行业专家学者请教,我们所收获的绝对不止是奖杯与奖金。”吕东杰说,22岁的他是获得特等奖的浙江大学“取之于鱼,用之于鱼——渔船废弃能量驱动冷冻系统”项目组的成员之一,“接下来,我们计划充分利用恩布拉科提供的创新基金,启动我们这个项目的进一步研究乃至市场化过程。”

第三届恩布拉科创新大赛赛程为两年,为学生提供充足时间用于完成研究、实验、测试和报名申请等筹备工作。期间,恩布拉科还进入多所高校进行数轮校园宣讲,帮助学生更好地了解恩布拉科创新大赛,点燃同学们的创新热情,吸引相关专家在校学生的关注与参与。

北京恩布拉科雪花压缩机有限公司董事长李珂女士出席颁奖典礼并亲自为获奖选手颁奖。她指出,“创新是推动整个人类社会向前发展的重要力量,而人才则是创新驱动的第一资源。恩布拉科创新大赛正是秉承鼓励技术创新,培养创新人才的宗旨,为具有创新思维的人才提供一个开放、公平的平台,让优秀创意有机会落地生花,结出硕果。”(任可)