

长虹十年磨砺践行互联网战略

■资讯走廊

格兰仕举办“全民赛西红柿”活动

近期,格兰仕举办的“全民赛西红柿”活动中美食家们对于西红柿炒蛋的演绎。活动主办方表示,通过这一道简单美食,不仅是让大家以活动分享美食新做法、分享快乐,更是要倡导无明火无烟油做饭常事。

此次活动,参赛者们以菜式图片的形式参与,活动不仅吸引了许多人动手做菜,许多关注者在一些的确有创意的菜品后面,都点评了“赞,看起来不错,回家去试试”的回复。截至发稿时,已经有106道菜上传到活动页面。

打开活动网页的菜品展示,可以看到,八成以上的菜品其实已经与传统意义上的西红柿炒蛋相似形异。从烹饪工具上看,微波炉、电磁炉、电烤箱甚至电饭煲,取代了传统的炒锅。从菜谱上看,少油也成了必备的提作提醒。

目前,对于许多中国消费者来说,无明火厨房还只是一种新概念,更多是80、90后的新一代消费者在尝鲜,并未完全成为一种生活方式。但如果消费者了解了这种方式对生活的好处,随着理念的变化,生活习惯也会发生变化,大家都会爱上这种生活。

从实际效果看,许多参赛者都透露了平时做饭的确很辛苦,体现在菜品上则是菜品的创新都建立在更简单易做和更具有生活乐趣上。

(萧何)

2015IFA产品技术创新大奖开评

由美国国际数据集团(IDG)和德国工商会共同主办的“2015 IFA产品技术创新大奖”评选活动已全面启动。今年的评选活动聚焦于消费电子独特的产品魅力和品牌的科技创新力量,进而全面帮助消费电子企业在新的科技潮流下实现技术和市场规模的增长,并进一步的提升产品形象和用户体验。本届候选品牌包括TCL、京东方、海尔、长虹、三星、索尼等多家海内外知名的消费电子企业。

据了解,“2015 IFA产品技术创新大奖”是IFA产品技术创新大奖评选活动的第二届,本届活动继续由德国工商会与美国国际数据集团(IDG)共同举办,并将在全球范围内展开评选,最后甄选显示出技术金奖(UHD,3D)、智能电视金奖、互联网电视金奖智能传感控制技术金奖、健康保鲜技术金奖、环保制冷技术金奖、智能家居创新金奖、工业设计金奖、节能环保金奖、可穿戴设备创新金、奖多屏互动技术金奖、用户体验金奖、存储技术金奖、信息安全技术金奖等奖项。最终,“2015 IFA产品技术创新大奖”的最终获奖名单将于2015年9月5日在德国IFA柏林国际消费电子展会上隆重揭晓,并由Miss IFA向获奖企业颁发奖项。

(陈杰)

新技术新产品将云集厨卫展

第20届中国国际建筑贸易博览会和第20届中国国际厨房、卫浴设施展览会将分别于6月2—5日、3—6日在上海国家会展中心和新国际博览中心举办。目前,已有来自全球30多个国家和地区的5500多家厂商报名参展,展览面积超过30万平方米,再创历史新高。

据主办方上海环球展览有限公司介绍,多年来始终坚持“繁荣城市建设产业,推动全球跨国采购”的展会主旨,为中国厨卫产业发展与国际同行之间的交流、贸易与学习搭建了舞台。本届展会将展出各类建筑陶瓷、卫浴五金配件、厨房成套家具等设备及其配套用品。展会还将同期举办多场专题报告会和技术交流会,全球众多建筑陶瓷、卫生洁具、厨房等家居建材行业企业的制造商将发布本年度最新产品和技术信息。

(孙有清)

华硕思聪本配备四核处理器

华硕思聪本X205TA打破普通商务本多以黑色为主的原则,打造宾利蓝、雪山白、炫酷红、香槟金等四种配色,华硕思聪本X205TA拥有比一元硬币还要薄0.8cm的纤薄机身,11.6英寸HD高清屏幕。

拥有华美的外观,华硕思聪本X205TA更倾力打造强大的内在性能。这款产品采用Intel Atom Bay Trail-T四核处理器,详细型号为英特尔Atom Bay Trail-T Z3735F,采用22nm制程和三栅极晶体管技术,四核SoC,综合性能提升50%—100%,图形处理性能比Gen7显卡芯片更强。

同时,Bay Trail平台还具有一些颇为吸引人的新特性,比如可以运行DirectX 11、分辨率支持达到了2560×1600,具有LPDDR3 高速RAM,支持USB 3.0等功能。在均衡、全面的基础上,有效提升整机性能,打造强大的芯动力。

在续航能力上,华硕思聪本X205TA采用锂聚合物电池,相较普通锂电池多出3倍使用寿命,日常网页浏览,视频播放更可达11小时以上。

(向阳)

谈到互联网,长虹公司董事长赵勇在接受媒体采访时说:“谈企业转型,就是要立足新工具、新系统、新方法,而互联网就是一个代表性的工具”。

十年三“迭代”

2015年全国两会落幕时,距离长虹发布CHI-Q二代智能电视还有10余天时间,距离CHI-Q品牌及一代产品的推出,已过去一年有余。2014年以CHI-Q系列智能家电产品的发布开始,长虹拥抱互联网,在业内迅速形成了“CHI-Q现象”。

实际上,长虹的转型,发源于2004年。

长虹发展管理部副部长何心坦回忆说,2004年,因为CRT电视时代的落幕,长虹陷入困境已数年,赵勇再次主政长虹后,很快以“三坐标战略”推进长虹转型,以产业价值链、产业形态及商业模式三部曲,要求长虹通过引进消化与自我创新,在关键部品、软件、信息家电、IT产品、服务与内容提供等方向培育核心能力。

长虹副总工丹阳回忆说,三坐标瞄准了3C融合,当时在长虹上下对此几乎一无所知,2010年,当国家层面出台推动三网融合的相关计划,距离“三坐标战略”的推出已5年有余,大家才明白战略所描述的行业趋势真的发生了。

2004年到2009年,是长虹战略转型的第一阶段,告别了彩电独大的业务构成,形成了跨黑白家电、IT分销、手机、压缩机、网络产品、房地产、军工等业务的综合性家电产业集团。

2013年10月中旬,在首届中国科技城科博会期间,长虹发布智能战略,推出了一个新的三坐标战略,提出将智能化、网络化和协同化作为新的发力方向,以智能化终端、网络云服务平台与大数据开发,去整合旗下各类消费电子业务。赵勇首度提出了“家庭互联网”概念,发布了全球首个实现互联、互通、互控的家庭互联网产品形态。

随后,从2014年1月中旬发布CHI-Q智能电视开始,长虹连续三月高调发布CHI-Q智能新品,覆盖了电视、冰箱、空调等主流家电产品,并且组建了云服务平台与大数据中心。

2014年上半年,长虹又提出面向互联网转型,构建智能研发、智能制造和智能交易三大能力平台。至

创维并购德国彩电企业Metz

中国创维公司正式收购德国电视机制造商美兹(Metz),创维将继续保留其在巴伐利亚州齐尔恩多夫(Zimndorf)运营中心,作为进军欧洲市场的桥头堡,其219个工作岗位中的70%将得到保留。

消息一出,业界很快将4月11日创维在深圳召开的全球客户大会联系在一起。这次大会传递出来的消息是,国际化已被列入创维集团“核心产业做强,相关产业做大”全新发展战略。

在创维集团总裁杨东文看来,中国彩电市场进入了存量竞争阶段,但东南亚、拉美、中东和非洲等新兴市场仍有很大增量,创维有意将海外市场作为跨越式发展的新增长极,在产品全球化的同时谋求品牌国际化,快速实现海外市场的规模化经营。为此,杨东文设立了中近期的彩电目标:2017年海外市场销售1000万台,自主品牌占比30%;2020年实现1500万台,自主品牌占比50%。

神舟电脑启动众筹项目

5月7日,神舟电脑春季新品发布会暨众筹项目在京启动,神舟电脑推出了战神Z6-i78154S2/R2和战神Z7-i78172D2/R2。

在一贯以黑色为主色调的战神系列游戏中添加了红色元素,展示了古典的黑红相间以及大气的中国红两种外观。

性能上,15.6英寸全高清IPS屏、四核i7-4720HQ处理器、8GDDR3内存、以及1TB硬盘

夏季世界O2O博览会将开

5月8日,在距6月17日夏季世界O2O博览会(O2OEXPO)召开还有一个半月之际,组委会全面解析“互联网+”时代的机遇与挑战,寻找撬动未来O2O市场的支点。

夏季世界O2O博览会由中国互联网协会、中国移动通信联合会指导,世界O2O组织、光合资本主办,博览会主题为“创新、联接、民生”,秉承“共赢、开放、促进”的理念,助推O2O企业良性健康快速发展,为中国乃至全球的创业者提供一个全新的创业舞台

大众点评进军“到家服务”

5月7日,大众点评正式宣布推出到家服务。据了解,大众点评到家服务上线首批接入业内第一流的到家服务商,包括嘟嘟美甲、功夫熊、e袋洗、e家洁等,覆盖美甲、美睫、推拿、洗衣、家政5个品类,已触达北京、上海、广州、深圳、成都、杭州、武汉、南京等15个城市;同时,大众点评还发挥线下商户资源优势,整合具有到家服务能力的优质实体商户,成为全行业品类最为丰富、可选择商户数最多的到家服务平台。

在大众点评最新版本的App首页上,已经增加“到家”一级入口。为了让消费者体验到业内最优质的服务,大众点评还提供随时退、不满意重新服务等保障计划,确保用户放心享受大众点评提供的到家服务。

业内人士分析,大众点评在本地生活领域深耕十

□ 何丹焯



此,围绕互联网这一中心,长虹的发展战略已历经三次“迭代”。

一切围绕“互联网”

在长虹空调公司智能技术总监李昱兵的记忆里,长虹的智能战略实施,从2012年就开始了。2012年7月左右,长虹的一次内部会议上确立了智能化战略的新三坐标转型方向,很快,有计算机技术背景而对传统的空调技术并不了解的李昱兵,到空调公司出任新职,率队研发互联网方向的智能空调。

类似的经历也出现在长虹软件与服务中心副总经理任飞博士身上,这位同样是计算机技术背景的前电视研发人员,被委派负责长虹白电的智能技术研发,特别是智能冰箱。

软件与服务中心,更是长虹在2014年才成立的一个新部门,其任务是满足长虹旗下多个公司提出的相关研发需求。

在任飞看来,冰箱与空调这样的白电产品跟电视有很大区别,它们本质上是一种功能性而非内容型产品,所以,传统上具有家居化与专业化两大研发技术方向,而智能化白电的研发,还需要实现网络化、智能化与协同化三大技术方向。这样的智能家电,才能算

得上进入了智能家居的门槛。

85后陈科宇,2010年大学毕业进入长虹,成为长虹研发产品经理负责制模式下的首个产品经理,率领近千人的研发团队,历时9个多月,推出了CHI-Q二代电视——全球首台集成了移动应用的电视+移动“双芯”智能电视。2015年3月26日,这台炫目的电视一经发布便引起轰动。

产品经理负责制,既是长虹最新尝试的一种产品研发组织管理模式,也是一种深受研发人员欢迎的激励模式。

为鼓励创新,长虹在公司内部推动各种激励机制,力求覆盖到整个公司的数万员工。每一年,长虹都有各个层次的多项创新大赛,“创客”文化正在影响着每一个有创新梦想的员工。对于那些有创业梦想的员工,长虹还携手风投资本建立了创投基金,以真金白银的投入去鼓励那些勇于吃螃蟹的人。

互联网是一个飞速演变的行业,从技术到产品,甚至理念,一切都在快速“迭代”。

对此,长虹软件与服务中心总经理刘东深有体会,他的团队不仅要基于大数据分析,为各个系列的CHI-Q产品收集分析用户反馈,也要让CHI-Q的软件版本实现一两周的迭代节奏。

客户市场的决策失误,2014年11月19日,Metz正式申请破产保护。

创维集团认为,中国企业的国际化之路,必须从原来的OEM、ODM等模式的基础上实现升级,给品牌、市场调研、研发、制造、销售、售后、人力资源以及供应链等各业务层面,打上国际化烙印。基于此,创维在Metz破产重组之时及时介入,试图经过新的重组,让Metz品牌和公司焕发新的生机。

在技术层面,德国作为电视机发源地之一, Metz具有一流的研发技术,掌握着大量专利技术,拥有全球一流的制造工艺和技术人才,可以帮助创维解决进入欧洲的彩电专利问题,为进军欧洲培养人才;在市场层面,除了可首先进入德国的连锁渠道,创维在此落子,品牌影响力近可辐射英国、法国和意大利等邻近欧洲发达国家,远可波及到北欧、中欧、南欧、北非和中东,创维的全球版图将出现大幅扩容。

一旦整合成功,创维将离“全球消费电子产业领导者”的愿景更近一步。

(何丹焯)

除此之外,神舟还与ZOL中关村在线联手启动神舟战神众筹项目。根据前期的命名调研,本次众筹产品最终定义为消费者最喜爱的“战神雷霆版”,产品线从中低端的众筹价仅为4999元的GTx950M独显战神K5,到中高端的众筹价5999元的K6(GTx960M独显机型)和众筹价7999元的K7(GTx970M独显机型),再到高端的众筹价为10999元的GTx980M独显战神K8,都从用户需求出发,竭力打造最贴近消费者的众筹产品。未来神舟还将引入更为强悍的采用台式机CPU的笔记本机型来作为众筹产品。

(陈杰)

世界博览会的主题“创新、联接、民生”,将邀请来自日本的O2O企业,并进行中日O2O闭门交流会,大会还会吸引来自印度的广告分发平台、打车平台以及俄罗斯的旅行平台,齐聚夏季O2O博览会,共商全球O2O未来发展大计。

与此同时,WOO理事会于5月9日正式召开第二次闭门会议,全面围绕“互联网+”、“民生O2O”等关键词,承前启后探讨产业发展机遇。从项目总结到O2O行业规范标准,从全球O2O行业白皮书到全民创客扶持计划,WOO理事会开年来会的首次聚会,以高层对话的形式直接增强夏季世界O2OEXPO的凝聚力、吸引力、服务力、影响力。

(陈杰)

家服务;在商户方面,大众点评到家服务除了接入第三方服务商,还为具有线下服务能力的优质实体商户提供入口,只要商户具备优质到家服务能力,就可接入大众点评的到家服务,帮助商户拓展新的服务场景,增加营收来源。

据了解,此次大众点评为用户所提供的品类最丰富、可选择商户数最多的一站式到家服务,也得益于其始终坚持的开放合作战略。自去年以来,大众相继投资外卖平台饿了么、餐饮ERP厂商天财商龙、企业订餐平台美餐等,积累了与行业内众多优秀伙伴的合作经验。基于此,大众点评以开放的姿态拥抱更多合作者。除了在下游接入各类服务,大众点评还在上游,通过与腾讯、小米、三星、浏览器、运营商等拥有巨大流量的公司合作,完成了对消费者的广泛触达。

此前,大众点评CEO张涛在提及开放战略时曾表示,大众点评的合作将以用户体验为准,只要是用户所需要的,大众点评都会不遗余力地去做。坚持“为用户服务”,这是大众点评的初心和梦想。

(向阳)

志高抢得五一智能空调头把交椅

就在刚过去的五一家电市场大战中,志高智能云空调V铂V爵系列新品成功借助新一轮的“智能家电市场化普及风口”,销售占比突破30%,抢得五一智能家电市场普及的头把交椅。

机遇总是垂青有准备的企业。在空调行业,“四大家族”之一的志高便是这样时刻做好准备的企业,并率先在空调产业智能化浪潮席卷前期便主动借助云空调造出一个“新风口”。

早在21年进军空调产业初始,志高便确立了“造世界上最好空调”的目标和野心。所行走的每一步,都是朝着这一目标前行。近年来,以“造世界上最好的空调”为初心,志高更是斥巨资邀请国际巨星成龙代言,共同拉开了高端转型战略的大幕,也确立了千亿集团的愿景与梦想。

2012年推出我国空调行业首个互联网+产品、全球首台云智能空调后,志高成为空调行业智能云核心技术的拥有者、首个云服务平台的搭建者、全球首个云空调地方标准的起草者,“智能终端+云平台”为核心的全新生态链的定义者。

经过6年的磨砺,志高空调已经从远景规划、成熟技术、成熟产品进入到大规模量产阶段。至此,志高空调已是产品、品牌、认知等万事俱备,只欠来自消费市场的那股东风。

五一前夕,阿里天猫发布了进军智能家居的新战略,其核心就是联手各大家电巨头,建立一个智能家电产品市场化普及的新风口,打通智能家电从产品到市场的高速通道。志高空调第一个抓住此轮机遇,成为站在风口并借势起飞的企业。

(小河)

LG Display 薄艺电视外观画质兼备

近日,LG Display推出薄艺超轻薄电视,7.5mm超轻薄机身再加上4色4K超高清画质堪称当前极具吸引力的组合。

LG Display 黄龙龙副总裁表示:“消费者在选购电视时会考虑很多因素,包括画质、尺寸、设计等等。而电视作为家居空间设计的核心,消费者对电视外观设计的需求也越发突出。现在大多数的电视因为技术问题,往往无法全面满足消费者的需求。薄艺电视则是兼具轻薄外观设计和完美画质的产品。它的推出,也象征着全面满足消费者电视消费需求时代的开始。”

与现在市场上的液晶曲面电视相比,薄艺电视7.5mm超轻薄的机身可无缝贴合墙壁,实现完美壁挂,提高空间利用率,设计可无缝贴合墙壁。添加白色子像素的4色4K技术则保证了超高清画质。

LG Display TV开发总裁金明圭表示,经过多年努力,采用模组一体化设计,将背光模组与液晶玻璃进行紧密的贴合,实现面板厚度和重量的降低。薄艺硬屏除了超轻薄的特点外,还采用的无边框等差异化设计,为整机厂商开发和设计产品提供了更大的创造空间和可能。而消费者则从整机厂商提供的超轻薄电视中获益。

在2014年,为了创造电视产品的差异化,曲面液晶电视问世。然而经过一年多的发展之后,不管是销售表现还是权威机构的消费者调研都显示,曲面液晶电视离赢得消费者芳心还有很长一段路要走。传统平板电视再加上做到极致的超轻薄机身,还将是未来几年内消费者的选购首选。

4K画质和外观设计,将是未来几年内电视发展的主要方向。根据DisplaySearch统计,2014年第一季度,全球范围内4K电视的渗透率为3.1%。到了2014年年底,渗透率飙升至10%。而在中国,AVC调研统计显示春节促销期间,高端4K电视的渗透率更是高达38%。因此,4K电视发展趋势无疑。

目前,薄艺硬屏已经推出了55英寸和65英寸两种尺寸的产品,在下半年还将会有49英寸等多尺寸的产品推出,满足消费者的各种选购需求。

(杰闻)

赶集网“放心服务”连接优质商户

近日,赶集网接连推出“放心商家”和“放心服务”,着力打造连接优质商户和用户的互信服务平台,缩短用户从查找优质信息到获得优质服务的途径。赶集网负责人表示,赶集网致力于建设合作、互信、共赢的信息平台,希望能够通过与中小商户合作保障服务质量,同时建立行业标准,助力中小商户成长,避免中小商户死亡。

面对平台现有的全部普通商户,赶集“放心服务”在四个方面建立起服务质量保障体系:统一价格、签订放心承诺条款、建立激励淘汰机制和客服质量监控。通过这些措施,赶集网将其中的优质商户打造为放心服务合作商户,为它们制作专门标签和网页,让这些它们不仅能获得大量的流量和订单,也能最大限度的避免不良商家的浑水摸鱼和恶意竞争。

记者从赶集网获悉,今年1—3月,“放心搬家”共接收上万条订单,服务好评率达到99%。

专家表示,赶集网推出“放心服务”,打造了一个互信的分类信息平台,能够让通过中小商户更愿意信任商户,商户也能更好地服务用户,形成了良性循环。

目前,“放心搬家”服务已扩展至广州、深圳和上海等一线城市,单个城市日均接单能力均在100单以上,并会继续向全国重点城市扩张。

赶集网负责人还透露,“放心维修”、“放心保洁”也已经上线,赶集网今年会将“放心服务”推广至二线城市乃至全国。

(向阳)