

中兴“五虎将”宣告聚力高端产品市场

□ 本报记者 刘燕

2015年10月11日,中兴通讯终端产品“AXON天机、AXON天机mini、AXON天机MAX、AXON Watch、以及Spro2”等旗舰家族产品集体亮相,被称作冲击高端市场的“五虎将”以此宣告未来将更加聚焦于高端市场的战略。

AXON天机旗舰系列就拥有超过500多项技术专利,包括安全、触控等在内的核心专利达50余件。其中,AXON天机主打高端商务人群,AXON天机mini主打时尚活力人群,AXON天机MAX主打娱乐功能,AXON Watch主打运动和健康管理,Spro2则是一款智能微型投影机。这五款产品被中兴视作冲击高端市场的急先锋。

中兴对高端产品市场的布局并非起于现在,今年7月,宣称要“重新定义安卓旗舰”的中兴面向全球市场的首款高端旗舰产品AXON天机正式发布,并在德国IFA上斩获“用户体验金奖”,成为唯一获得该奖项的中国手机品牌。该产品如今已先后在美国、中国、欧洲和亚太市场上市。

中兴通讯执行副总裁、终端CEO曾学忠表示,中兴将坚持高端产品和一流渠道并举,依托全球化优势,转型高端产品市场,加强在全球20个国家的运营,推进和巩固中兴在全球高端市场的份额。

AXON天机旗舰系列是以“阿波罗”计划为基础推出的产品。2014年,中兴提出内部代号为“阿波罗”工程的战略部署,伴随中兴终端的组织变革,在流程管理和产品战略上开始了转型。

据了解,为强化高端用户认同感,中兴在全



中兴通讯执行副总裁、终端CEO曾学忠

球范围内推出“Global VIP Passport”的用户关怀计划,为AXON天机旗舰系列用户提供专属服务,包括AXON天机VIP售后增值服务、个人定制服务、海外漫游套餐计划、商旅出行VIP计划、海外紧急支持计划等。

而面向全球开发者,中兴“开发者论坛”将以拍照、Hi-Fi以及三维触控为三大应用开发方向。开放接口和硬件平台,实施标准推动,以利益分成等商业模式,与开发者共建中兴应用商

店,为开发者提供创新黏性的平台,同时增强用户互动和产品与服务黏性,以巩固中兴在这三大领域的既有优势地位。

同时,中兴还将融合全球顶级产业链资源,与谷歌、腾讯、百度、微软、高通、夏普、三星、索尼、AKM等一流软件、硬件和服务商合作,升级全球产业链的合作共赢,以语音战略为核心的“语音联盟”,是中兴生态布局的一次尝试,未来也将持续投入。

■ 资讯走廊

“黄金周”小家电销售量齐降

历年来“十一”都是线下大促热门,奥维数据显示,国庆9月28日到10月4日期间,小家电大连锁市场销售额同比下降23.3%,销量同比下降19.3%。

量额巨幅齐降原因有三方面原因。

首先,在众多渠道厂家积极备战双节之时,国美抢先打响双节混战第一枪,9月17日举办超级福利日内购会活动,国美在线与线下1800多家国美门店同步开启。销售额突破42亿元,创中国家电零售单日成交量纪录,大量需求提前释放。9月25日,苏宁举办员工亲友内购会,提前引爆的“十一”大促的浪潮下,需求进一步释放。

其次,商场大促和外出游玩,对消费者来说均颇具诱惑。不难推测,即使商场促销不遗余力,也难避免受到消费者出游的影响,进店流量下滑。

最后的原因是外采分流。随着出国购物成为新潮流,国外商家对日益增长的来自中国的消费新需求,积极展开针对性促销。日本国庆期间打出“欢度国庆”的促销牌,极大刺激中国消费者的国外家电消费,大量升级消费需求出现消费转移。

(何丹桦)

创维数码获选恒生可持续发展企业基准指数成分股

近日,创维数码控股有限公司董事会在香港宣布,该公司获选为恒生可持续发展企业基准指数成分股,自2015年9月14日起生效。

这是恒生指数有限公司对创维数码控股有限公司在可持续发展(包括环境保护、社会责任及企业管治三个范畴)的关注,并证明创维在企业可持续发展方面有卓越的表现。

创维获选恒生可持续发展企业基准指数成分股,能够让社会各界及投资者对创维在环境保护、社会责任及企业管治的范畴上加深认识,标志着创维是可持续发展表现卓越的香港上市公司。

近年来国际上对企业可持续发展的关注显著提升,投资者已经将投资焦点逐渐转移到在企业可持续发展表现上最卓越的公司,亦令全球可持续发展投资不断上升,这对获得恒生可持续发展企业基准指数成分股的创维来说,无疑是重大利好。

(丽君)

LGD焕新家活动大奖揭晓

近日,由LG Display主办的“超薄艺术 改变生活空间——薄艺电视焕新家”活动在北京居然靓屋灯饰城启动,来自全国超过54000位参与者加入线上招募中。作为全球领先的显示面板厂商,LG Display旨在通过超薄电视,为客户提高客厅的空间利用率和提升家居设计品位,积极应对超薄电视潮流。

本次活动,LG Display邀请了产业链合作伙伴,以及室内设计方面的专家,共同探讨超薄电视对于现代家居生活的意义。LG Display副社长、电视事业部部长黄龙起表示,薄艺电视搭载LG Display研制的薄艺(Art Slim)硬屏,是目前行业内最尖端水平的超薄电视,最薄处可达7.5mm,可实现与墙面贴合的壁挂式安装,尽可能的扩大生活空间,极大地提升了整个家庭的装修效果,满足了消费者改善家居空间,提升生活品质的需求。

奥克斯深耕政府高校采购

最近,无论是政府采购项目还是高校采购项目,亦或社企采购,奥克斯空调屡屡中标。

细数近来奥克斯的战绩,不难发现,单是政府采购项目,奥克斯便接连中标央采第二期3026套、第三期1363套、第三期补充3725套、广东集采5040套等项目。高校方面,继抢下安徽全省106所高校集中采购20万空调的大单后,奥克斯再次揽获宁波万里学院近万套、上海师范大学5500套、广东嘉应学院2623套、浙江音乐学院1300套等大单。此外,在宁波港等社企采购项目也收获不少。

(波文)

国内智能坐便器市场潜力大

10月9日,中国家用电器协会智能卫浴电器专业委员会在北京成立,同期举办的智能卫浴电器产业发展高峰论坛上,与会专家和企业表示,中国智能卫浴市场前景广阔,特别是智能坐便器替代普通坐便器的趋势越来越明显,未来中国智能坐便器的市场规模将不低于1000万台。

有别于传统的五金陶瓷洁具,目前坐便器、淋浴房、浴缸、浴室柜都实现了不同程度的智能化,尤以智能坐便器为典型。在日本和韩国,智能坐便器的普及率分别接近90%、60%,但在我国普及率不及2%。有参会企业相关负责人透露,国内智能坐便器市场保有量非常低,2014年国内销量低于30万台。

业内专家表示,智能坐便器在抑制痔疮复发、治疗便秘等方面有明显作用,随着人们生活水平提高及健康卫生意识的增强,将有越来越多的人接受这一产品,其替代普通坐便器的趋势也会愈发明显,预计未来我国每年智能坐便器的市场规模将不低于1000万台。

(欣闻)

阿里巴巴发布互动多媒体年报

近日,阿里巴巴集团以互动多媒体形式,发布了2015财年年报——“定义阿里巴巴”。阿里生态到底是什么?阿里是如何把社会责任和生态建设结合?中国经济潜力到底如何?这三大主题成为年报关键点。

这份年报整合视频、图片、互动信息图等富媒体形式,在数字回顾阿里过去一年强劲业绩的同时,搭建了一个阐述阿里巴巴生态系统发展历程和现状的“在线展览馆”。

面向全球读者,阿里巴巴年报包含了“新中

国语境”“把中国连在一起”“连接中国与世界”“连接全球”四大部分,讲述了阿里如何与合作伙伴一起,历时16年建设生态,承担社会责任,以优质服务,赋能亿万消费者和千万商家,实践“让天下没有难做的生意”这个使命。

年报中,阿里巴巴集团执行主席马云,CEO张勇也分别撰写致股东信,回顾了集团过去一年的表现,展望未来,细致阐述了集团战略、使命、生态系统、竞争和平台治理,宏观经济等各个广受关注的问题。

小间距LED技术成新热点

□ 何丹桦

相对于传统的LED显示屏而言,小间距LED进入室内面临更多的门槛,而各方厂商技术的不断突破,为小间距LED在室内会议室、控制室等领域应用提供强大的支持。

当前,户内LED小间距主要覆盖间距P2.5-P1.9-P1.6的产品,P1.2产品由于价格较高,并没有大量应用,P1.0以内超微密小间距LED,利亚德和洲明已具备批量生产的能力。2015第十一届上海国际LED展上,P1.0以内超微密小间距LED亮相,LED厂商展出P0.9产品,可以轻易拼出2K-4K-8K大屏幕。封装厂商星光光电展出户内高密0808,可以满足P1.0-P1.2小间距产品的需求,而更小间距0606产品下半年也将上市,台湾宏齐0404系列产品今年已上市。可以预见,室内P1.0以内超微密LED小间距规模量产已成现实,小间距LED进入室内超高清领域应用,尤其是高端会议室和家庭的进展加快。

户外市场也同样掀起小间距的热潮,奥维认

为,尽管户外表贴小间距LED面临可靠性和稳定性等诸多难题,但随着技术的不断成熟,成本的下降,凭借高清、无缝、占地小等优势,小间距LED在室内拓展到户外,可以更好的满足高端户外广告领域应用的需求。

目前,传统全彩LED广告机应用比较普遍,此次展会上齐普光展出搭载AR增强现实和触摸触控技术,可提供虚拟试穿和触摸显示屏两种解决方案,雷曼光电Eye-touch广告机结合互联网思维,通过APP可以与手机互动。当前,广告机智能交互需求趋势明显,LED广告机在户外领域已经成为名副其实的霸主,随着产品价格的下降,LED广告机进入室内,在高端60英寸以上大尺寸应用空间较大。

相对于液晶产品的透明屏和镜面显示屏而言,“透明显示”也是LED显示屏在广告和零售行业应用的趋势之一。此次展会,壹品光电推出主打产品——玉屏,提供智能透明显示O2O落地整体解决方案,奥雷达也推出LED透明橱窗窗

列,晶泓科技携XT,XR,XW系列透明LED显示屏参展。

由于小间距LED巨大的市场空间,各大厂商不遗余力的进行技术创新,如何消除摩尔纹、消除毛毛虫,降低死灯率,实现“低亮高灰高刷”显示效果等等技术不断突破。

齐普光电的去除摩尔纹贴膜,也就是在LED显示屏上增加贴膜,彻底消除摩尔纹(水波纹),增加对比度,将点光源变成面光源,有效防止蓝光对眼睛的伤害和光线的刺激。苏州日月展出的SUM2033高阶驱动IC,首次解决了LED小间距高反差效应这一困扰行业多年的顽疾。华灿光电从“芯”突破,展出小间距专用型X系列芯片产品,满足低亮高灰下的高画质等重要要求。另外,封装器件厂商晶合蜂鸟1010重点解决漏电流引起的毛毛虫和死灯等问题,大大减少LED灯珠的光衰,提高使用寿命,同时避免了因虚焊引起的灯体暗亮、死灯等现象。

惠而浦加快冲刺“千亿俱乐部”步伐

随着海尔、格力、美的三大家电巨头跨入“千亿俱乐部”后,中国家电行业沉寂了多年。近日,惠而浦(中国)在全国召开声势浩大的经销商大会,并提出新5-10年期规划,向千亿规模发起冲刺。

刚刚重组后的惠而浦(中国)通过“多品牌运作、品类聚集爆发、本地化运作”三大战略的实施,并购完成后,惠而浦(中国)旗下拥有惠而浦、三洋、帝度、荣事达四个品牌。此四大品牌在定位和产品风格上进行了区隔,形成协同发展、齐头并进的态势。惠而浦作为战略性品牌,瞄准高端市场,产品设计走欧美风,以科技和创新触动消费者;三洋帝度作为长期持续使用的主力品牌,风格偏向日韩

风,产品走健康、时尚、生态路线;荣事达则定位为有特色的高性价比品牌,聚焦重点市场,发挥产品品质优势,做更适应消费者功能性需求的产品。

目前,惠而浦已经充分覆盖中国市场各个消费阶层。对此,惠而浦公司副董事长迈克尔·托德曼显得颇有心得,他表示:“随着中国经济的发展,我们不能只看到北上广深这样的大城市,中国的二三线城市,甚至是四线城市,正在显现巨大的消费需求和市场潜力。我们会尊重当地的消费者,并通过资源整合,推动和加强当地品牌的发展。”

一直以来,外资企业偏安一隅,只注重单一区间市场。惠而浦则打破这一常规,通过多品牌

运作打入各个层级消费市场。通过整合,惠而浦不仅拉升了品牌维度,也迅速扩充了产品品类。毫无疑问,这将是惠而浦(中国)新的增长点。

此外,为加强决策效率并迅速适应本地市场,惠而浦(中国)保持了原有中方团队的稳定性。在补充了惠而浦全球化的先进技术、运营、财务、设计基因后,惠而浦(中国)的管理团队优势显而易见,首先是具有国际化品牌品质和先进技术基因;其次是一支适合中国文化、适应中国市场发展思路、反应迅速的本土化运作团队。

从牌面上来看,惠而浦(中国)已做好成为一个家电巨头的准备。

(杰闻)

京东金融“先锋京农贷”落地

10月10日,京东金融在山东省济宁市汶上县发布其“先锋京农贷”实施方案,并于当天向一位种植大户发放首笔10万元贷款用于购买农资。京东金融此前发布农村金融战略和农村信贷品牌“京农贷”,深挖农资信贷和农产品信贷两大产品线。“先锋京农贷”是“京农贷”首批两个试点之一。京东金融和世界领先的种业公司杜邦先锋及其经销商合作,为农民提供种植环节所需的生产资料的融资贷款服务。

农产品的生产、收购、加工、销售等多个环节,会产生大量的资金需求。比如生产资料采购

端,农民需要买种子化肥等农资,相应地就产生了赊销、信贷等需求;产品销售端,农产品企业也需要通过信贷、众筹等多种方式周转资金,保证农产品的生产和销售。然而,由于信用无法评估,农民难以从传统金融机构获得信用贷款。杜邦先锋和京东金融合作,可以借助互联网平台的数据、渠道等多项优势,给农户在购买农资的时候提供融资,帮助农民降低成本,解决销路,增加收益,完成资金流和商品流的闭环循环。

京东农村金融负责人洪浩表示,京东“京农贷”期限长,可为农户提供长达9个月的融资贷款,

农户可先拿种子,丰收后再还款;利息低且额度高,最高额度达到30万,满足农户和种植大户在生产中的资金需求。此外,“京农贷”贷款申请快速便捷,最快可以当天放款,所有贷款无抵押无担保。作为“京农贷”的试点,“先锋京农贷”是一款无抵押、低利息、放贷快的高契合度信贷产品。

未来,京东金融将会与更多涉农机构合作,基于合作伙伴、电商平台等沉淀的大数据信息,使用先进的风险识别和数据分析工具,了解农民的信用水平,并给予相应的授信额度,从而控制风险。

(陈杰)

亨通光电发布系列光网新品

日前,江苏亨通光电股份有限公司在北京发布了系列光网新品,包括“全球之最”超大尺寸光纤预制棒、全球首推“全波段超低损耗”NGFCom ULL超低损耗单模光纤、全国首创UUA超低损耗超大有效面积单模光纤、全国首创柔性接入整体解决方案及六大子系列、全国首家ODN4.0系列解决方案、海洋通信解决方案、4G/LTE无线基站及射频远解决方案等。

亨通NGFCom ULL超低损耗单模光纤不同于常规的ULL超低损耗光纤,不仅消除了常规ULL光纤的羟基吸收峰,而且避免了常规ULL光纤中氟硅烷材料组份潜在的可能吸潮失效的风险,为我国超长距离超高速超大容量光纤通信系统的规模化应用提供了强力的后盾与重要的技术保障。

此外,亨通还发布了全国首个自主研发的原创新型光纤产品——UUA超低损耗超大有效面积单模光纤G.654-135,该光纤优于ITU-T G.654国际标准,是亨通专门为B100G及400G超高速、大容量光纤通信系统设计的高科技含量新产品。

(杰闻)

互联网渗透旅游各环节

近日,去哪儿网发布的十一黄金周旅游报告显示,今年国庆期间旅游呈现两大新特点:“老牌”旅游胜地香港遭遇旅游严寒、手机APP成为旅游最新利器,贯穿消费者出游全程。

今年十一黄金周期间,北上广等一线城市预订出境游的人数较去年增加2成,法国、瑞士、美国、希腊线路预定量上升尤其快。根据去哪儿网预订数据显示,中秋、国庆黄金周假期期间约有52%以上的游客选择自由行,跟团游预订比例增长较为稳定;国内游自由行比重较高,出境游则是跟团游和自由行呈平分秋色之状。无论是跟团游还是自由行都呈现出出游时间长、深度游集中的特点。与往年相比,“血拼、买买买”依然最受宠。官方数据统计显示,中国出境游今年将超2亿人次,所有人都盯着这一迅速壮大的世界游客群体继续打开他们的钱包。

在“互联网+”时代,传统旅游格局正在发生巨变,互联网技术已渗透旅游各环节,大大消解了“人在囧途”的尴尬。消费者只要进入手机APP,机票、酒店轻松搞定。

(陈杰)

网上也可预售“团年猪”了

网购已经成为时尚,网购卡车、网购龙舟、网购西餐厨师手艺等等奇闻订单刷爆读者双眼,但你有没有想过还可以通过网络预定农村土猪?

据了解,从10月12日起,安徽舒城养殖户将通过农村淘宝对外预售土猪,更令人惊奇的是,每头猪都被买了保险,预定到土猪的消费者为受益对象,不论物流快速破损或出现食品安全问题、甚至因卖家原因不能发货消费者都可获得理赔。此次参与预售的土猪是当地农村淘宝合伙人在“十一”节前,通过全县动员,逐户对比筛选,过程堪比选秀,最终确定约4000头土黑猪参加此次“团年猪”预售活动。

(杰闻)

华硕ZX50JX享受台式机游戏体验

日前,华硕推出ZX50JX搭载四代酷睿I5/17强芯、NVIDIA GeForce GTX 950M+Intel GMA HD 4600战神级双显卡和15.6英寸Full HD全高清屏幕(选配),整机性能提升的同时,配以Audio Wizard专属游戏音效软件和红黑配色背光键盘,带来最真实的游戏代入感。

华硕ZX50JX机身黑色,造型设计灵感来源于F-22隐形战机的流线型设计,并采用配有数字小键盘的全尺寸键盘,按键拥有1.8mm长键程键盘设计,更加舒适,让长时间使用键盘的文字输入者和游戏玩家的手指不易疲劳。

GTX 950M性能较上一代GTX 850M提高3%左右,且能够在高级游戏设置和1080P分辨率下提供出色的游戏体验。

(向阳)

大量专车或将流向共享租车平台

10月10日,传了一个月的专车新政终于颁布。交通部公布《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法(征求意见稿)》要求,乘用车使用性质登记为出租客运;网约车经营者、车辆和驾驶员实行许可管理,需满足一定条件,如驾驶员需3年以上驾龄;网约车应出具发票;禁止私人小客车合乘或拼车、顺风车等名义提供运营服务。

该办法的颁布虽然给专车的合法化正名,但给私家车进入专车市场设立了很高门槛,无论对专车平台、想通过专车补贴油费的车主,还是想便便乘车的乘客,都算不上是个好消息。对乘客,想获得专车补贴,想坐低价的顺风车,可能性不太大了。因为专车补贴需要提前10天向社会公告,而拼车、顺风车等被视为违法。对私家车,想用专车赚点油钱,也不太可能了。因为车辆需要取得出租汽车类别的《道路运输证》,这意味着必须遵循8年报废的规则。管理办法对目前各专车平台而言,车辆和司机来源将大受限制,在一定程度上阻碍了平台专车业务的发展。

而一直处于政策安全地带的共享租车平台,则是看到了行业的利好。宝驾租车创始人兼CEO李如彬表示,早在几个月之前,就有专车司机表示日子不好过,进而将车上线到宝驾平台上,将爱车租出来赚钱。类似宝驾租车这样的共享租车平台,给这些无法接入到“专车”的私家车更多的选择空间,部分车主也乐于接受这样的资源共享方式。业内人士分析,随着专车平台对于私家车资源热度的急剧下滑,更多的私家车主开始寻找“专车”之外的替代方案,去年以来热度不减的共享租车无疑成了热门之选。因为,受专车政策的影响,很多私家车主已不再靠挂专车公司,反而进入汽车共享租车业务。换言之,专车政策变局,事实上从侧面为汽车共享租车的发展起到一定的有利作用的。

(陈杰)