

长虹 大数据时代的软实力较量

继宝马N20发动机项目正式落户启动后,6月18日,IBM与四川绵阳正式签订建立大数据分析竞争力中心协议。

据IBM全球副总裁范宇介绍,绵阳IBM大数据分析竞争力中心项目由IBM、文思海辉技术有限公司、长虹集团和绵阳科创区管委会共同建设。项目充分利用IBM国际先进的数据分析和数据挖掘技术平台,实现优势资源的整合。“IBM将作为项目技术支持,力争三年内实现自盈亏。”

4月1日,长虹顺利通过了CMMI(软件能力成熟度模型集成)IL5评估,成为首个跻身世界顶级软件服务商行列的家电企业。这意味着长虹软件开发质量管理和过程改进已达到软件行业的顶尖水平,正成为西南地区最大的软件服务商。在以“软件+硬件+服务”的智能基因驱动下,面向大数据数据时代,长虹正推动着扎实、有力的软实力较量。

“智能基因”软实力较量

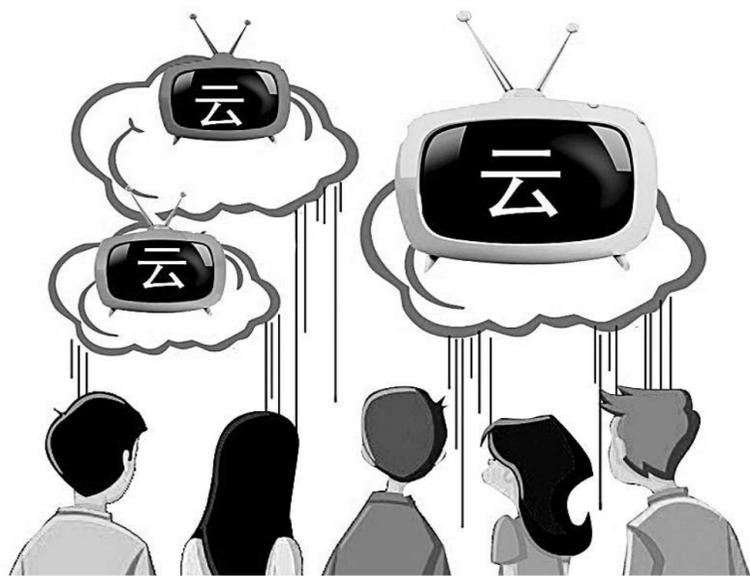
早在1999年,长虹就成功使用ERP系统对集团进行系统化管理。在家电领域,长虹是最早对企业ERP系统进行管理的企业。ERP系统已经成为了长虹信息化的DNA,也是长虹现阶段发展大数据战略的关键基础。

长虹集团董事长赵勇曾表示:“长虹信息化系统上的这套SAP R3系统以后就是长虹最大的管理财富,是管理上最大的无形资产。哪怕是建一个新工厂,这个新工厂马上就可以在一个非常高的起点上开始运作。不光机器设备要先进,信息化的先进性更重要。”

果不其然,在长虹高效率使用了ERP管理系统后,明显增加了透明度、提高效率、有效节约资源。长虹信息化建设3—5年内达到了三星信息化建设水平,建立起覆盖主要核心业务单元的信息化平台框架,信息化覆盖企业80%以上的核心业务和流程;主要系统间无缝集成。随时捕捉最新的商业信息和财务数据,为决策者提供完整的信息闭环,并具备根据客户的个性化需求进行二次开发,满足个性化需求的软实力。

为了让更多企业能使用到长虹信息化成果,长虹集团在2008年成立了虹信公司,开始对外输出软件业务。2012年,长虹虹信公司的收入达到了2.5亿元,为西南片区的酒类行业、全球最大的巴斯夫、中海油等行业和云天化等提供了系统的专项服务。

事实上,长虹的软件能力、人才、管理及成果正经历一番从无到有、从弱到强的嬗变。看得见的是企业信息化帮助长虹软件走出了第一步,第二步,



看不见的是长虹按照“三坐标”战略,沿着产业价值链提升方向,构建以软件和芯片为核心的六大核心技术能力。

长虹依托国家核高基项目构建软件开发能力,以“自主研发”为特征,主要分布于多媒体、技术中心、虹信,拥有2000多名软件工程师团队,是中国家电行业唯一通过CMMI-5(软件认证)企业,自主开发中国首款智能电视操作系统、语音浏览器、超高清数字电视系统等软件,正逐步培育面向大数据的云服务能力,用统一的云服务平台,将支撑到一千万用户级别。对于大数据发展需要的软件支撑而言,长虹集团在整个软件方面已经具备优势,并且最容易把这些软件打通,进行整个链条的服务。

作为家电智能化的推手,长虹得势在先,拥有了庞大的智能终端群,结合软件研发优势,自然成为了大数据时代各方寻求合作的热捧对象。

6月18日,IBM与四川绵阳正式签订建立大数据分析竞争力中心协议。由IBM、文思海辉技术有限公司、长虹集团和绵阳科创区管委会共同建设。项目充分利用IBM国际先进的数据分析和数据挖掘技术平台,实现优势资源的整合。

“大数据技术的战略意义不在于掌握庞大的数据

信息,而在于对这些含有意义的数据进行专业化处理和数据分析。”文思海辉集团董事长陈淑宁表示,如果把大数据比作一种产业,那么这种产业实现盈利的关键,在于提高对数据的“加工和分析能力”,通过“加工和分析”实现数据的“增值”。

在大数据时代,长虹无论是在硬件还是软件方面,都占据着相当有利的优势,同时更具备了各软件之间的融合以及硬件与软件间的融合,是最有能力把软件和硬件优势有效、完美整合的企业。

软实力拓展智能空间

目前,长虹首家在家电行业自主开发了基于Android软件下的智能电视操作系统,说明长虹在软件这方面已经具备一定的开发能力。

中国视像行业协会秘书长白为民曾表示:彩电智能时代的到来,已经不只是彩电企业与芯片等硬件的较量,而是各大企业对软件的整合、再开发以及有效应用能力的综合较量。企业的软件能力水平,将直接影响未来彩电行业的竞争格局。

目前,长虹的软件队伍已达到了2000人,长虹集团非常重视软件方面的投入。目前在全球首款全语音浏览器、STVOS2.0软件平台、中国首款智慧家庭操作

系统轩轾OS、超高清数字电视系统方面都获得了重大突破。

长虹拥有自主知识产权的全球首款全语音控制浏览器,将语音操控和浏览器相结合,该浏览器行业中第一款语音打开页面中文字超级链接、图片链接和页面控件,启动网页视频播放,并控制视频播放。颠覆电视上网现有的人机互动方式,使行业在语音智能应用方面提升到一个崭新的水准。

长虹有敏锐的前瞻型判断力,早在2005年的时候就成立浏览器研发团队,从事专项研究6到7年。随着后续互联网电视的兴起,一直到目前的智能电视,实际上浏览器起到了非常重要的作用。它是互联网的门户引擎,不光在PC上、手机上网,电视上用户也有上网的需求。长虹把电视机上网的功能,做交互、引导,让老百姓用遥控器也能上网。

长虹公司技术中心市场总监邵巍介绍:全球首款全语音控制电视浏览器已规模装机在长虹B系新智能电视,可以让浏览器实现一系列网页控制功能,包括翻页、缩放、打开链接、添加收藏、组合搜索、语音播报、播放控制等。“这款全语音控制浏览器将颠覆电视上网现有的人机互动方式。”

中国首款电视操作系统——轩轾TVOS,全球首创的电视语音浏览器、超高清数字电视系统等,这些软件研发为长虹带来一个更广阔的视野,从单一智能终端走向多个智能终端的连接、交互、协同,这无疑对现有智能终端形态的一次大的颠覆。

有别于互联网电视,互联网公司立足内容优势推出的智能电视,长虹关于智能电视的第三条道理已经清晰——智能电视、智能冰箱、智能空调以及PC、PAD、手机等终端互联互通互控,电视参与多个终端产品的交互、连接、协同。所谓的第三代智能电视可以产生很多有趣的应用场景,比如电视节目在不同终端推送,电视控制调节冰箱、空调的状态,以及基于共同的内容产生的社交圈子等。实现协同的多个智能终端打通了人、数据、终端三者之间的关系,在一个“越来越”聪明、舒适、自在、健康……等的升级进化中,会激发产品形态、属性、体验、商业模式等方面新的想象。

长虹技术专家透露,未来长虹将加大内、外合作,致力开发更适应电视终端应用的软件。借助长虹云平台优势,快速站到智能电视行业的最前端,为用户提供更智能的电视空间。目前,长虹正与中科院软件所进行大数据的数据挖掘,与清华进行超高清数字电视系统,与西安交大进行手势识别,与科大进行数据存储、图像识别、算法、云服务平台关键技术等方面的合作。(何丹)

彩电业从孤岛走向生态链

□ 梁振鹏

超级电视来了,乐视火了,老不关注家电的财经大嘴们摩拳擦掌了,各方大V站队背书,你方唱罢我登台,300104(乐视网)居然连拉涨停,一个刚与A股分手的朋友哭哭不得。

但知新人好哪知旧人伤,互联网公司做电视应了新闻的一句行话:狗咬人不是新闻,人咬狗才是新闻。在被“概念营销”凌虐了这么多年的家电行业,题材、题材、题材,着实需要有个新资本来躁动一把。

企业跟风成潮,追韩起日,软硬徘徊;投资者看空,故事不性感;消费者一头雾水,敬而远之。智能只是你的爱,不是我的菜。

笔者认为,第一代智能电视是互联网电视,主要是能够上网,搭载一些智能应用软件;第二代智能电视呢,以个性化的内容推送和信息选择为特征,前些时间闹得沸沸扬扬的乐视超级电视,下个月发布的小米电视都是这个路数。这波互联网公司有内容做后盾,信心十足,搞得一些炒作可谓语不惊人死不休——“电视已死”、“莫慌,等我”,颇有哗众取宠之嫌。

在这种浮躁的风气下,深处漩涡中央的终端企业如何思考?笔者留意到,长虹已经在第三代智能电视领域做出了积极尝试。

有别于互联网公司定义的智能电视,第三条道理已经清晰——智能电视、智能冰箱、智能空调以及PC、PAD、手机等终端互联互通互控,电视参与多个终端产品的交互、连接、协同。这个思路下诞生的第三代智能电视可以产生很多有趣的应用场景,比如电视节目在不同终端推送,电视控制调节冰箱、空调的状态,以及基于共同的内容产生的社交圈子等等。

想一下,每天有千千万万的消费者的使用习惯在这些处于24小时连接状态下的智能产品上数据化,海量的数据通过后端统一的云服务平台上高速运转,从数据到更加切合消费者需求的内容和服务。因为黑电、白电的壁垒破灭后实现的同步和共享,因而这种切合更精确、多元、贴心。

当然,这只是笔者的抛砖引玉,建立在连接基础上的多终端协同产品打通了人、数据、终端三者之间的关系,产品“越来越”聪明、舒适、自在、健康……等的升级进化中,定如死水微澜中以投石问路,定会激发产品形态、属性、体验、商业模式的新变化。这正是互联网的意义所在,对传统行业改变而非替代,打破庸常,激发创造,产生价值,实现分享,终端真正从孤岛走向生态链。

谁能成为下一站的赢家?是否拥有全线的黑白家电产品,是否具备软件+硬件+服务的智能基因,将决定家电企业在大数据、物联网时代的命运。真如笔者所言的话,长虹正近矣。(作者系资深产业经济观察家、家电/IT行业分析师)

资讯走廊

闪联亮相2013SINOCES

2013中国国际消费电子博览会(SINO-CES)于7月11日在青岛开幕,闪联产业联盟应邀参展,并组织包括利尔达、云动创想、中科开元、沃夫德、北方华录、新联合众、蓝牙、ST、应安电子、磊科等十余家联盟企业共同参展。展示以“云联世界,智享未来”为主题的智慧教育、智能家居、智能用电、智能音频、智慧影音等在内的多项基于闪联国际标准的互通解决方案及50余款最具创新力的互联互通产品。

作为中国最大的3C协同互联产业联盟,闪联打造基于3C协同互联国际标准的移动互联网产业解决方案,广泛应用于智慧城市的多个领域。此次闪联在展会上推出了最新的70和84英寸带有无线传屏功能的大屏幕智慧教育触控一体机产品及最新的智慧教学软件系统。闪联智慧教育解决方案实现了各个多媒体教学设备之间互联互通,并在师生授课之间实现了高效互动,为教师们提供了更为聪明智慧的教学新体验。

闪联智能触控电视一体机应用在课堂教学中,通过智能触控一体机展示教学内容过程控制简单、IGRS标准软件对教学板书、师生互动、无线互联、修复作业等应用互动起到了关键性作用,实现了学生的课堂互动作为智慧教育解决方案的核心。(新颖)

志高空调六月夺冠连续卖场

近日,高温酷暑正式袭击全城,持续30摄氏度以上的高温令空调销售迎来了一轮“井喷”,“节能、省电、低噪音”的空调产品尤其受消费者欢迎。

为了这次夏季促销狂欢盛宴,志高自有渠道、连锁卖场、电商等全面联动,确保消费者都能购买到心仪的产品;促销资源方面,投入巨大,优惠的幅度可谓19年来绝无仅有的一次。如1P节能套购价699元,大1P二级变频变频套购价2499元,厂家+商家双重补贴,空调送电饭煲、减肥秤等多重钜献。

夏季攻势促销期间,志高佛山在佛山、中山、江门等区域展开多场差异化推广促销活动,产品热销各大终端市场。6月,在国美团购盛宴中,志高销量遥遥领先,系统占比高达38%;同时,志高在苏宁佛山祖庙卖场以系统占比高达40%成功夺冠,销售态势良好。(晓丹)

国美联想结盟定制产品满足消费需求

日前国美电器与联想集团达成战略合作,双方协议就供应链优化、旗舰店建设、二级市场覆盖、定制包销产品、ECP信息系统等重点合作项目展开深度合作。值得一提的是,此次合作内容中还涵盖了英特尔、微软、AMD等核心上游厂商。

开启零售业全产业链整合创新时代

此次国美集团与联想集团展开的战略合作就是打造互联网时代背景下以用户为中心的生态网的重要实践。据了解,在此次双方达成的战略合作协议中,国美将与联想进行包括智能手机、触控电脑PC、pad、智能电视、OA办公设备配件等全系列产品经营合作,为了满足消费者差异化的智能产品需求,双方协议独家包销定制产品将不低于80款。

在提升消费者购物体验上,双方商定,今年下半年开始在一线城市门店分批打造200家全新联想PC+旗舰店,让消费者能一站式体验全系列联想智能时尚产品;同时,联想还将在国美电器二三级城市门店中建设300家以上的联想专营店。

目前,国美集团已经构建起庞大的营销网络,缜密科学的进销存信息系统,拥有6000万忠实会员,对消

费需求具有超强的管理与预测能力,在此基础上,国美与联想的合作将真正实现企业与用户的交互,打通用户需求和企业研发的边界,使渠道真正参与到产品的设计、制造过程中,实现按需生产,这将加速推动我国零售业与家电业的结构升级。

最为关键的是,在国美与联想的战略合作框架下,未来国美电器与联想集团将加强与上游厂商合作,不断强化与英特尔、微软、AMD等核心上游厂商协作,对新技术产品通过批量定制方式降低采购成本,提高新产品的进店速度。同时,通过系统对接双方供应链进销存数据,通过双方物流体系对接,加快配送、发货、售后等环节的时效,为消费者提供最优的购物体验。

打造国内最大3C产品流通渠道

在20多年的发展历程中,国美一直将3C业务作为国美核心发展重点。在当前3C特别是PC市场相对不景气的背景下,提升3C行业运营效率,刺激市场消费需求成为国美的主要发力点。

对此,国美电器集团高级副总裁李俊涛表示,国美将全力打造全产业链协同的3C发展模式,在

强化3C产品管理能力的同时,提升国美在产品定制、前沿趋势研究及一流终端团队打造上的领先优势。同时,他还强调说,国美不仅拥有业内最大的3C渠道网络,可以最大范围地收集消费需求,而且通过组织结构调整准确有效地掌控消费者需求,为联合供应商制造出真正符合用户需求的3C产品提供支持。

据悉,目前国美在全国300多个城市拥有1600多家门店,并在国内建立了数百家3C体验馆,已成为国内最大的3C流通平台。2013年,国美将以规模化扩张和精细化运营为核心举措,继续深化网络布局,搭建线上、线下于一体的全网流通平台,通过大规模采购大幅压低产品价格。国美打造最大的3C产品流通渠道具有其他企业不可比拟的优势,这就是业内最先进的信息化系统。在业内最先进ERP系统支撑下,国美首次构建3C行业真正的联合供应体,实现了包括订单、库存、收入及结算、促销、商品推广等在内的八大供应链协同,推动了产品研发、市场试生产、量产等制造环节与市场环节紧密结合,提高了产品研发和生产数量的准确性,能够快速定制出符合市场需求的产品。(向阳)

上海燃气与林内续约20年

7月8日,上海燃气(集团)有限公司(以下简称上海燃气)与全球领先的热能器具制造商林内株式会社(以下简称林内)、株式会社培峻在上海申能大厦续签未来20年的合作协议。在签约仪式后,三方代表对未来的合作充满信心。

上海燃气葛维昌董事长表示,在三方合作的20年间,股东之间建立并保持了良好、和谐的合作关系,取得了令人满意的成果。未来的20年,要在向消费者提供与时俱进的新产品和服务方面进一步下功夫,努力实现新一轮的发展目标。

林内株式会社社长藤弘康社长介绍说,过去的20

年,上海林内借助中国经济强劲发展的势头,取得了顺利的发展。这些成绩的取得,除了股东各方的支持和员工的努力,也是和中国消费者、所有相关人员的支持分不开的。新的20年,首先要建设好奉贤新工厂,进一步提升产品质量,然后不断扩大中国市场份额,并向全球市场迈进。

据上海林内有限公司总经理进士克彦先生介绍,林内与上海燃气上一次签约还是20年前,1993年3月,当时的上海市煤气公司和林内株式会社、株式会社培峻的代表在上海锦江饭店举行签字仪式。同年9月28日,上海林内有限公司正式成立,由此拉开

了林内品牌拓展中国市场的序幕。20年来,已经将上海林内打造成为中国综合热能器具的领导者,并在高端燃气具产品占据了领先的市场地位。现在,双方基于对中国市场前景共同看好,并希望今后将日本先进智能燃气具技术同步引进中国,让更多的中国消费者享受到方便、安全、舒适、健康的现代厨卫家居生活。

通过此次续约20年,上海燃气集团和林内株式会社将投放各自优势资源支持上海林内有限公司在中国市场的开拓,对未来合作制定了新的发展规划和目标,如计划2015年建成投产的林内奉贤产业园项目,将新增多条产品线,包括高性能燃气热水器、节能型燃气壁挂炉、智能燃气灶、太阳能等绿色能源产品,以及商用热水系统、采暖系统、多能源组合系统等,为全球用户提供高效、环保、节能、安全的综合热能解决方案,造福更多的中国消费者。(何言)

与迪士尼的故事和人物互动。智能照明控制技术将电子书与照明联系起来,创造出了一种交互式的神奇阅读体验,不仅使阅读更加有趣,而且让全家沉浸在故事的情境之中。这一产品系列既包含各类造型生动、光线柔和的照明灯具,也有帮助培养儿童规律作息习惯的智能照明产品。在灯光的映衬下,迪士尼的人物仿佛焕发出生命,为儿童卧室增添奇幻色彩,让故事更加引人入胜。同时,设计人员充分考虑了每个产品在组装和用料上的安全因素,确保儿童安心使用。(李炜)

飞利浦照明与迪士尼人物创新融合

7月10日,荷兰皇家飞利浦公司宣布将开发一系列新颖有趣、富有灵感的照明产品,旨在借助灯光为孩子和家庭创造迪士尼的神奇世界。据悉,通过整合飞利浦的照明技术和迪士尼深受喜爱的童话人物,照明的潜力得以充分发挥,使儿童卧室成为更加梦幻的地

方,让孩子能够更好地享受阅读、玩耍和睡眠,展现了飞利浦在变革家庭照明体验、发展数字照明过程中的最新成就。

据介绍,由飞利浦和迪士尼共同开发的产品系列融入了最先进的智能照明控制概念,使孩子能够

创维液晶拼接数字沙盘亮相青洽会

近日,2013中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会(以下简称青洽会)在西宁举行。青洽会由工业和信息化部、国家工商行政管理总局等及28个省(区、市)人民政府共同主办,青海省人民政府承办。本次会议以“开放合作,绿色发展”为主题。2013年青洽会会展规模达5万平方米,近3000家企业参会。

在青海省的重点展示宣传区——西宁(国家级)经济技术开发区,创维SKY46JSJN-L 8×9的大型液晶拼接数字沙盘与SKY55JSJN-H 3×5的互动显示拼接交相辉映,成为展会现场最大的一个亮点。该项目是青洽会现场唯一一个利用液晶拼接来表现数字沙盘的展示区,此次的数字沙盘系统是融合声光电系统、多媒体系统、大屏幕触控控制系统、多媒体演示系统、数字模型、大屏幕拼接系统等技术而成的高科技立体动态系统,通过声、光、电、图像、三维动画以及计算机程控技术与实体模型相融合,可以充分体现区位优势,让参观者形象生动地获取简明、优美、逼真的动态园区信息。(欣闻)