

中国联通与广东省共同拥抱“互联网+”

■资讯走廊

“2015—2016全球领先品牌”评选启动

在2016年CES展会即将召开之际,“2015—2016全球领先品牌 Global Top Brands”评选活动正在全面展开。海尔、长虹、TCL、联想、华为、长城、京东方、中兴等多家全球知名的消费电子企业作为候选品牌,积极参与了此次活动,共同对十年来消费电子行业的发展进行了梳理和总结,并向全世界集体展现了来自消费电子的品牌力量。

“全球领先品牌 Global Top Brands”评选活动由美国国际数据集团IDG、TWICE主办,并得到了权威调研机构IDC中国、GfK、《IT经理世界》的全面支持。迄今为止,“全球领先品牌 Global Top Brands”评选活动已经成功举办九届,今年将是该评选活动的第十届。今年评选活动的主题为“十年铸就全新格局,成就品牌辉煌未来”。

十年来,全球消费电子产业发生了翻天覆地的变化,而在全新的智能互联时代,世界范围内的产业环境都在发生着深刻的变化,全球的企业都将迎来更多的机遇和挑战。在这样的变革下,“2015—2016全球领先品牌 Global Top Brands”评选活动,也正是对十年来的消费电子产业和格局,进行了一次全面的梳理和总结。同时也全面帮助消费电子企业和品牌真正把握未来产业发展方向,成功实现价值,成功铸就品牌辉煌未来。(杰闻)

格兰仕推自助式滚筒洗衣机

10月14日,格兰仕推出了行业第一款品牌原装自助式滚筒洗衣机,而苏州富磊电器有限公司成为了格兰仕该产品全国独家授权代理商。这一产品的推出,也推动自助式洗衣机领域的产品格局大变革。

格兰仕洗水中国市场营销总监沈国辉介绍说,自助式洗衣机将是国内洗衣机市场的下一个爆点。自助式洗衣机在发达国家,使用量已经非常广泛。在国内的学校、酒店、大社区也在开始使用这类产品。前段时间他去日本市场考察,深刻体验到了洗衣机后期所需要突破的方向,自助式洗衣机就是其中之一。

“在自助式洗衣机市场,我们格兰仕是蓄谋已久。”沈国辉说,前期格兰仕洗衣研发团队进行了近一年的市场调研和论证,格兰仕率先推出了行业首款品牌原装的自助式滚筒洗衣机。

格兰仕介绍,目前推出的格兰仕原装自助式滚筒洗衣机,是一款规模定制的产品。“在目前条件下,定制其实也达到了,现在是大规模的定制。”格兰仕洗衣机制造部部长尹怀斌透露,他经常上京东或者天猫上看消费者对格兰仕洗衣机的评价,在消费者评论中,他最喜欢看中评或差评。“因为消费者吐槽的,正是我们产品要改进的。”尹怀斌说,自助式滚筒洗衣机的研发和设计,格兰仕也是进行长期而持续的测试、试验、使用、改进循环反复,期间也收集了内部针对这款洗衣机的试用和吐槽,寻找出用户痛点进行改善。(李敏)

云造科技发布新款电单车

10月15日,云造科技在京发布了“云马C1”电单车,同时正式发售颜值最高的折叠电单车云马X1,两款车的定价分别为1999元和4999元。云马X1采取骑行车官网订单+线下体验店的方式发售,云马C1则于15日云造联合太火鸟通过淘宝众筹开放预约。

据了解,云马C1是一款定位于年轻人快乐出行的城市电单车,采用软硬件模块化的设计,内置OBD系统配合骑行APP,可让用户随时掌握C1的数据和状态。用户骑行的数据还可以转化为绿色积分,换取车辆配件。骑行车社区中还有很多好玩的内容和任务。在价格上,该车定价为1999元,具有较高的性价比。云造科技CEO邱懿武表示,希望用最合适的骑行体验,和最亲民的价格,做一款“最懂年轻人的电单车”。因此,这是一款高贵不贵的产品。与C1的低调研发不同,云马X1从一开始就以充满未来感的时尚造型,吸引了外界的眼球。在过去6个月当中,网友和粉丝从骑行车官网约订(即主动提出预购)了超过8500多台云马X1,这一数量大大超出目前云造科技的供货能力。

据了解,云马C1将于15日下午三点联合太火鸟在淘宝众筹开放预约。而云马X1则采取官网订单+线下体验店的方式进行销售。(陈杰)

10月19日,广东省人民政府与中国联通网络通信集团有限公司在广州签署《推进“互联网+”战略合作框架协议》。这是全面落实2012年签署的推动“智慧广东”建设战略合作协议后,双方合作所取得的又一重要进展。中国联通集团成为首家与广东省政府签署“互联网+”合作协议的基础电信运营商。广东省委书记胡春华、省长朱小丹,中国联通集团董事长王晓初出席并见证签约仪式。广东省副省长刘志庚、中国联通集团副总经理姜正新分别代表双方签署战略合作协议。

根据协议,中国联通集团与广东省政府的“互联网+”合作,将围绕贯彻落实《广东省“互联网+”行动计划(2015—2020年)》,聚焦在六大方面进行深度合作:一是积极推进信息基础设施建设;二是努力推动“互联网+产业发展”;三是大力发展“互联网+商贸流通”;四是着力开展“互联网+惠民服务”;五是积极参与“互联网+政务服务”;六是推动实施“互联网+创新创业”。

签约仪式还有“互联网+”应用展示。这些应用围绕双方“互联网+”战略合作的主要内容展开:以370M高速网络体验中国联通“4G+网络”;以大数据平台及沃云平台应用展现中国联通在“互联网+信息化”基础建设的领先能力;以可穿戴表具、无人机、车联网等物联网应用展现中国联通在“互联网+产业发展”的快速推进;以市民网页、企业专属网页、“警民通”、网络医院及远程医疗等应用展现“互联网+政务、惠民服务”;以“一起沃”、“沃百富”等展示中国联通在互联网创新孵化的全流程服务。

在广东省“互联网+”发展的进程中,中国联通明确了五个定位:“互联网+”关键能力的奠基者,提供最领先的“互联网+”基础能力;“互联网+”热点区域的推动者,将“互联网+”能力赋予公共服务及实体经济;“互联网+”企业转型先行者,率先企业互联网化转型实践;“互联网+”新兴业态的创新经营者,实现跨界经营新突破,“大众



创业、万众创新”的创新引导者,提供全流程专业服务。

目前,中国联通在广东省已建成精品4G网络,覆盖市区、县城、乡镇及行政村,并率先在全省实现300M高速4G+覆盖。同时,密切跟踪和试验三载波聚合4G+网络,在热点商圈地区以不同方式组网,网速分别达到370M和410M,将打造名副其实的4G+城市群,为用户带来更精彩的移动互联网生活。同时,中国联通全面开放“大物移云”(大数据、物联网、移动互联网、云计算)四大产业互联网核心能力,为互联网与传统行业、企业融合提供高速、实时、便捷的信息基础设施。

中国联通在“互联网+政务”方面支持政府数据统一共享交换与开放平台建设,推动各领域公共服务大数据建设。在“互联网+先进制造”方面,中国联通开放物联网平台和云平台,为广东省内1300家规模以上工业企业提供网络协同制造、工业大数据应用等互联网制造服务。作为广东省物联网产业联盟主席单位,中国联通多次主办广东省物联网应用论坛,整合全球300多家优质物联网产业链,共推广东智

能制造的发展。在“互联网+医疗”方面,联通开放沃云资源,推动广东全省各类卫生计生机构和食药监管部门的行业云平台建设,实现高效的互联互通和信息共享。联通公司全力支持发展人口健康大数据系统,深度挖掘医疗健康信息,创新医疗服务模式;联通投入100名大数据、物联网专业人才,联合广东省内重点医科类院校、全国顶尖专科医院研究精准医疗、慢病管理和下一代移动医疗技术。此外,“互联网+金融”、“互联网+农业”、“互联网+教育”、“互联网+交通”、“互联网+物流”、“互联网+商贸”、“互联网+旅游”等合作内容,均充分体现在中国联通与广东省政府签署的战略协议中。

从传统行业与互联网的对接,到互联网与各产业的融合,中国联通始终走在时代前列,力争成为“大众创业、万众创新”的创新引领者。中国联通互联网应用创新、孵化基地将选址广州中新知识城,占地166亩,总投资规模达33亿元,发展为互联网应用创新创业集聚地,全面开放创业设施、智慧分析、流量导入、渠道开放、运营推广等五大平台,为社会大众与企业提供企业全生命周期的“互联网+”创业孵化服务。(陈和利)

海尔发布馨厨互联网冰箱

10月18日,一台重新定义厨房的海尔互联网冰箱在北京艺术创新之地798 D park正式发布,这款被命名为馨厨的互联网冰箱,可以与用户“沟通和玩耍”,让传统的厨房变成与用户进行“情感链接”的娱乐场所,打造一种快乐厨房的新生活方式。

与以往的冰箱产品不同,这款互联网冰箱的诞生体现了多方跨界合作。以开放性的服务生活平台,吸引了众多优质网络资源方的加入,共同打造连接用户与服务的美食生态圈。

“互联网冰箱是生鲜电商的入口”,也就是说消费者足不出户就能通过冰箱购买所需要的生鲜蔬果食材。这种便捷的生活体验,也是海尔馨厨冰箱带来的最直观的智慧生活体验。而这个服务战略的网络承接商,就是诸如如果果美食网、苏宁易购、本来生活网等代表性的网络销售服务

平台。

而这仅仅是海尔馨厨冰箱美食生态圈的缩影,除了健康饮食体验,海尔馨厨冰箱最牛的地方在哪里?在硬件方面,冰箱中门突破传统冰箱功能,可以定制食品最佳口感的冷加工过程,还可实现美食DIY等。软件方面,TA将构建起包括音乐、电影、电影、听书等娱乐体系在内的厨房娱乐生态圈,不仅能够贴心地为消费者构建快乐厨房新生活方式,更是让跨界合作的资源方能精准地寻找到用户,满足用户需求的同时扩大自己的消费市场。

由此,我们也可以想象,海尔馨厨互联网冰箱将要带来的,是重新定义厨房生活。让曾经备受噪音困扰、没有快乐只有工作的“劳动型厨房”,转型为可以提供多种多样的娱乐生活资源的“快乐厨房”。

在海尔互联网冰箱遭遇的娱乐生活平台上,

不同年龄段的用户可以寻找到自己喜爱的独特网络资源。烹饪菜鸟可以找到美食烹饪攻略,朋友圈达人可以实时分享美食心得和精美菜谱,游戏迷们可以一边为家人烹制美食,一边听着冰箱上播放的黄梅戏,追星族可以在锅碗瓢盆的忙乱中享受偶像的歌曲,追剧的80后更能直接在冰箱上连接爱奇艺,不因为做饭而错过精彩剧情如此丰富的网络资源,必然能让消费者享受厨房生活,真正提升用户的生活品质。

从整个行业层面上来说,海尔互联网冰箱所构建的生态圈,其实也是对国家“中国制造2025”战略的承接。在企业纷纷探索信息化和工业化融合的阶段,海尔冰箱顺应家电的智能化趋势,将产品变成具备智能感知和情感交流的互联网终端,让消费者通过这个终端来寻找想要的游戏体验。(何晓丹)

LG Display“RGBW硬屏”技术新应用

10月14日在韩国举办的国际信息显示展览会(IMID 2015)上, LG Display独有的“RGBW硬屏”技术备受关注。现场观众亲自体验搭载了“RGBW硬屏”技术,亮度更高、耗电量更低的65英寸、55英寸4K(UHD)液晶电视,并在专家的讲解中深入了解这一突破了平板显示传统思维界限的创新技术。

在过去几年间,节能环保概念深入人心。LG Display“RGBW硬屏”正是为了进一步降低液晶面板功耗而诞生的。它突破了传统像素排列构成的固有模式,改变了液晶面板的传统构造,从而将液晶面板的亮度提升了55%,功耗降低了35%,是液晶显示技术发展进程中一项划时代的创新。

传统的思维中,每个像素点(Pixel,构成画面图像的最小元素)都是由红绿蓝三原色(RGB)三个子像素构成,通过子像素的组合产生丰富多彩的颜色。而在LG Display的“RGBW”技术中,突破了传统观念,加入了白色(White)子像素,同时打破传统显示技术中每个像素都采用相同子像素的思维界限,将子像素由R-G-B、W-R-G-B-W-R的形式循环排列。

之所以传统方式会遭遇亮度与耗电量的问题,是由于随着分辨率的不断提升,子像素尺寸也越来越小,一方面良品率会随之降低,另一方面,由于子像素之间的栅格宽度有其极限,透光区域面积比例下降,造成透光率降低,影响到显示亮度。为了提升亮度,只能增加背光源的数量,或增加其他部件,导致功耗、成本随之上升。

“RGBW”技术,白色子像素部分不采用滤光片过滤光线,大幅度提升了液晶面板的透光率,在显示相同亮度的画面时,其耗电量可降低

多达35%,而在相同功耗的情况下,亮度可提升高达55%。

那么,子像素结构的改变,会不会影响画面品质呢?答案当然是否定的。虽然添加了白色子像素,但采用“RGBW”技术的液晶面板,其总像素数量和子像素数量都是以传统液晶面板完全相同的,清晰度方面可以保证;而通过LG Display的独创算法(Algorithm)技术,保证了显示画面的品质。

得益于“RGBW硬屏”技术, LG Display成功推出了从40英寸到105英寸,显示性能卓越的全系列液晶产品,成为4K电视用面板市场的领导者。

在IMID展会上的LG Display展区内,“RGBW硬屏”技术的卓越性能表现,还受到LG Display突破传统思维的局限,做出这项革命性创新的过程。(何晓丹)

极路客发布智能行车记录仪

近日,极路客在京发布其新一代智能行车记录仪Goluk G2。该款新品主要面向中高端车主用户,与上一代产品G1相比,极路客G2在功耗、视频处理和清晰度、WiFi连接等方面进行了优化。

在配置方面,极路客G2采用了支持高保真H.265视频编码技术的海思Hi3516D芯片,其低功耗的设计使极路客G2视频处理能力更强、清晰度更高、WiFi连接更快,在瞬间移动的情况下也能保持视频高动态记录。采用的松下MN34229图像传感器,拥有更高的降噪比和低照度,配备6组精密镜头及1个红外IR透镜,150°超大广角,F2.0大光圈,支持3D去噪、图像增强、动态对比度增强处理、数字防抖,支持图像90°、270°旋转,即使在光线弱的场景中也能真实还原色彩。在外观上,Goluk G2延续了G1的袖珍体积和简洁线条,为适应不同的汽车内饰风格,推出深空灰、太空银、流沙金三种颜色。

据了解,此次极路客G2与京东合作,首发价格为988元,而首发前7天,价格则仅为499元。(陈杰)

志高空调千亿目标从未改变

10月15日,第118届中国进出口商品交易会(广交会)如期开幕,智能产品持续成为焦点。作为空调行业四大家族之一,志高旗下的家用空调、中央空调、冰洗产品、红酒柜、小家电等五大板块集体亮相,展出全世界最智能的空调“智能王”。

在本届广交会上,志高空调首次将“智能王”空调推向国际市场,吸引全球客商驻足围观。作为志高智能云空调的升级迭代产品,智能王空调是志高独创的智能云+生态系统下的产品落地。

据现场工程师介绍,“智能王”空调不仅可以通过手机或智能终端实现人与空调的互联互通,轻松实现操控家里的空调,还特别突出了“0.1Hz智能省电、±0.1℃智能恒温、1秒开启智能净化”等几大独特的优势,在智能、省电和舒适度等指标上均刷新了行业纪录,树立了行业新标杆,为用户创造了最佳生活体验。在今年9月22日,志高智能王创下了“世界最智能的空

调”的世界纪录。

目前消费者选购产品已逐步趋于理性,用户体验已经取代价格成为消费者最重要的选购因素,在互联网+背景下,企业唯有坚持持续的技术创新来完善产品品质及提升用户体验才能持续发展。

志高集团董事局主席李兴浩表示,志高将以满足消费者需求变化为战略出发点,推动高端产品结构升级、高端科技升级、智能制造体系升级。坚持以智能云空调为核心走“价值战”而不是“价格战”,真正为消费者创造互联网时代的最佳用户体验。他还预计未来三年,志高空调的中高端产品占比还将进一步提升至80%左右,真正实现向中高端市场的持续迈进。

志高在9月份的全球客商大会上发布首个智能云+生态系统,再次开启家电业互联网+的历史创举。以“用户大数据+智能产品+硬件模块+开放平台”几大模块,志高全面构建智能云+生态系统。志高在智能化上行业领先,最主要的得益于长期以来打造的完整生态链。从上游来讲,志高不仅长期与空调核心部件供应商三菱压缩机战略联盟,还分别建立了与移动互联网、云计算、大数据等与现代企业的合作。从下游来说,志高不仅与苏宁、国美、五星三大卖场战略合作,2016冷年开盘就与苏宁签约30亿元大单。同时还布局全国各区域连锁或专卖店,形成遍及全国城乡各地的网络。线上渠道也不示弱,多次蝉联周度销售冠军。可见,志高的商业模式正在悄然发生变化,从产品主导向平台演进。

据了解,志高2016冷年智能云空调的产品机型占比将达到80%以上,并在新冷年实现20%的增长目标,2020年,志高实现1000亿销售规模的目标不变。(子珍)

小米首推分体式智能电视新品

10月19日,小米在京发布新款小米电视3,跟之前两代小米电视产品不同,小米电视3是首款主机跟屏幕分离式的智能互联,有效解决用户家里电视配置已过时,但屏幕依然完好的“痛点”,让消费者能以最低的成本升级既有电视机的性能。“普通电视,电视屏幕能用10年,可主板每18个月就更新换代一次。”小米创始人雷军介绍,买台999元的小米电视3主机回家,将不再担心电视过时,单独升级主机板而不用对屏幕进行重复购买。

据了解,这款定价为4999元的小米电视3采用60英寸的真4K原装LG屏,超高清无损画质,具有178度大广角,8毫秒响应速度。同时,这款产品采用全金属机身,钻石纹铝合金边框,产品薄至11.6mm,更新增了MEMC运动补偿,看球赛、玩游戏不拖影。

除了小米电视,小米还与小米生态链企业推出名为“9号平衡车”的小米平衡车。市场上同类产品价格动辄5000元到8000元,而小米将平衡车定价为1999元,性价比优势明显。(陈杰)

“法大大”为电子签名投保

近日,电子合同平台法大大成功投保众安保险,由众安保险承保平台的信息安全及电子签名风险,这是国内首个电子合同平台引入第三方保险的案例。法大大创始人兼CEO黄翔表示,由众安保险承保的“信息技术职业责任保险”,将为法大大电子合同平台的信息安全风险及电子签名产品的法律有效性提供保险保障。

据了解,此次众安保险承保的法大大平台“信息技术职业责任保险”产品,主要保障内容有两方面:电子签名风险的保障以及平台信息安全的保障,若因法大大不慎泄露在保险合同承保的网站注册用户的机密信息、侵犯用户隐私所导致的民事赔偿责任,众安会在保险责任内予以赔偿。众安保险法务总监张勇博表示,此次众安与法大大达成合作,不仅是互联网保险的创新,也契合了双方对互联网+法律的探索理念,法大大的电子签名服务具有事前防范和规避风险的功能,众安保险的法律保障产品更能为电子签名的使用者提供更完备的保险保障。(晓晨)

芬兰空气净化专家LIFAair登陆中国

近日,芬兰空气净化专家LIFAair携五款空气净化新品登陆中国市场,包括一款全面改善室内空气质量的空气净化和室内净化二合一系统;一款除霾、除烟、除甲醛、除臭、除病菌的大风量高端型空气净化器机器人;两款主打高累计净化量的除霾、除甲醛的普及型空气净化器机器人和一系列车用双效除霾、除异味空调滤芯。

LIFAair于1988年成立于芬兰首都赫尔辛基,专注于改善室内空气质量。在中芬“美丽北京”系列项目的合作背景下,LIFAair登陆中国得到了芬兰政府的大力支持。

为了打破智能化的概念炒作,秉承优秀的品质和先进的专利技术,芬兰空气净化专家LIFAair此次发布的全系列产品均采用智能控制系统,以精心的工业设计为消费者提供极简和智能化的使用体验。致力于满足消费者的各种室内空气改善需求,包括可吸入颗粒物、气态污染物、臭氧、细菌、病毒和异味的去除,以及二氧化碳浓度的降低。LIFAair全系产品配备独立的“空气质量监测、控制器”,它可以检测甲醛,也可以检测PM2.5,更重要的是,它还有一个二氧化碳传感器,所有这些指标都会以直观数据的形式,在“空气质量监测、控制器”的显示界面上体现出来。这种监测控制器独立于净化器主机,配备内置可充电电池,可以脱离电源移动使用。用户在家里移动时,这台监测控制器不但可以继续指挥净化器工作,而且可以监测任何角落的空气质量;当用户拿着它离开家使用时,它就变身为一台空气质量监测仪,随时监测任何场所或户外的空气质量。(陈杰)

极路客发布智能行车记录仪

近日,极路客在京发布其新一代智能行车记录仪Goluk G2。该款新品主要面向中高端车主用户,与上一代产品G1相比,极路客G2在功耗、视频处理和清晰度、WiFi连接等方面进行了优化。

在配置方面,极路客G2采用了支持高保真H.265视频编码技术的海思Hi3516D芯片,其低功耗的设计使极路客G2视频处理能力更强、清晰度更高、WiFi连接更快,在瞬间移动的情况下也能保持视频高动态记录。采用的松下MN34229图像传感器,拥有更高的降噪比和低照度,配备6组精密镜头及1个红外IR透镜,150°超大广角,F2.0大光圈,支持3D去噪、图像增强、动态对比度增强处理、数字防抖,支持图像90°、270°旋转,即使在光线弱的场景中也能真实还原色彩。在外观上,Goluk G2延续了G1的袖珍体积和简洁线条,为适应不同的汽车内饰风格,推出深空灰、太空银、流沙金三种颜色。

据了解,此次极路客G2与京东合作,首发价格为988元,而首发前7天,价格则仅为499元。(陈杰)

微博投资有信进军通讯领域

10月15日,微博与有信宣布达成战略合作。微博以价值近亿美金的现金和资源战略投资有信,正式进军通讯领域。

微博CEO王高飞表示,4G和移动互联网的普及推动了新通讯时代的到来,无论用户规模还是商业化,通讯市场都有着巨大的发展空间。微博和有信将持续加强产品合作与创新,给用户带来更好的通讯体验,共同抢占新通讯时代的先机。

据了解,除了资金外,双方还将在技术、渠道、产品等领域全面合作。双方的合作首先将在产品上体现。微博客户端将增加有信入口,用户可以用微博直接拨打和接听有信电话。

王高飞指出,O2O的蓬勃发展,催生了大量基于移动互联网的通讯需求,互联网和通讯的连接成为趋势。基于微博对各行各业自媒体的大力扶持,用户在微博上对消费、医疗、法律等专家的咨询量不断飙升,这背后潜在的通讯需求,是新通讯时代典型的使用场景。今后,有信将全面对接微博生活服务场景,延伸双方在生活服务领域的布局。

从用户分布来看,微博和有信有望打造出巨大的协同效应。目前,有信用户主要集中在三四线城市,与微博合作将有利于提高其在二线城市的市场份额,微博则可以借助有信在三四线城市的用户规模优势,加速其下沉战略。(程文)