

CES电子展 海信长虹竞技世界舞台



总第227期
主持人:朱江华

新闻背景

1月7日,全球消费电子产业风向标——2014国际消费电子展(简称CES电子展)在美国开幕。家电领域的海信、长虹、海尔等中国企业高调出席此次展会。

作为全球规模最大也是影响力最大的消费电子盛会,CES电子展不仅是创新产品争奇斗艳的舞台,更是我们了解消费电子包括家电产品未来发展趋势的窗口。

这些年来,越来越多的亚洲厂商逐渐打破美国本土厂商在CES创新设计与工程奖项中趋于垄断的地位,以中国为代表的新兴经济体成为全球消费电子市场最具活力的地区。

那么中国家电企业在CES电子展有哪些看点呢?又有哪些设计真正能够方便我们的生活,从而改变这个世界?

家电中国网总编张大海分析指出,当前消费电子并不处于核心技术更新换代的大周期,基于成熟的技术进行升级和细分市场的创新将是主流。



嘉宾:海信电器股份总裁刘洪新



嘉宾:长虹多媒体营销总经理白志强



嘉宾:家电中国网总编张大海

CES电子展 中国造酷炫来袭

主持人:1月7日,来自全球顶尖的消费类电子厂商在本届美国CES电子展的舞台上演开竞争,争相发布、展示自己的最新产品与领先技术。作为全球最大市场的中国企业无疑将是此次不容错过的焦点。各企业如何通过智慧创新突破自身的发展瓶颈,寻找通向未来的成功之路。

刘洪新:海信在CES电子展上发布通过自主创新在

LED基础上取得的重大技术突破的“U-LED画境显示技术”,使LED的画质提高了一大步,也是中国彩电行业技术创新的重大成果。画质表现力比肩OLED。

白志强:长虹作为国内企业中世界500强,在科技领域属于佼佼者,其电视技术和制造工艺在世界范围内属于一流水平,同时在本次CES2014展会发布中国第一台3D55C8000i

双核智能曲面电视,来展示长虹产品与技术实力。

张大海:本届CES电子展会,彩电行业仍向智能、高清、大屏等方向持续升级,家电之间的互联、互通、互控,以及超大尺寸4K电视、曲面的LED和OLED电视等是公众关注的关键词,相信以海信、长虹为代表的国产厂商,将展示足够让世界所惊艳的中国电视产品。

进军全球市场 谁将成为领跑者?

主持人:在CES电子展上,海信和长虹相继宣布要进入全球市场,但中国只是全球家电制造大国而不是“创造大国”,更与品牌大国无缘。那么中国企业如何拓展海外市场,形成长远的世界级知名品牌?

刘洪新:海信在3月份将通过主要渠道在北美市场正式上市互联网电视VIDAA TV,目前美国智能电视的家庭渗透率只有20%,而迄今美国市场还没有一款简单智能电视,苹果TV也只见楼梯响

不见人下来。凡是增加用户麻烦的技术都是愚蠢的。VIDAA的聪明是让使用变得极其简单,它没有理由不被美国人喜欢。

白志强:继2010年在法国欧尚、家乐福的连锁超市中占据了自己的席位后,去年进军印尼智能电视市场,使长虹在全球市场的发展又跃上一个新高度。未来将以海外子公司为战略根据地,拓展南亚市场、重点巩固欧洲市场、突破北美市场,核心就是打造一个世界

级的品牌。

张大海:价格的低廉是中国成为制造大国的优势,但也导致中国的企业能一直利用此优势维持“制造”而生存,对技术“创造”和品牌建设失去了原动力,形成“温水煮蛙”的现象。因此,“中国创造”首先要创造出符合市场需要的制度环境和体制基础,使企业通过研发创新、品牌建设由“中国制造”转向“中国创造”,才是中国企业摆脱低水平竞争、获取高端利润的必经之路。

朱言辣语

事件:美的空调获001号智商认证

日前,消费电子产品信息化推进委员会授予的美的空调“产品智商(PIQ)”认证,其中尊行YA100柜机荣获001号证书。

点评:近年来,美的空调不断开发满足顾客需求的全新人性化产品,但并不追求独立的极致技术,所有的创新都是从消费者实际使用角度出发,从而达到科技进步与消费者实际需求的不间断创新与完美结合。

事件:松下今年裁员1000人

据家电网报道,日本松下计划在明年7月1日裁掉旗下信息系统开发部门三分之二的员工约1000人。

点评:在连续两个财年承受了巨额亏损后,松下开始尝试将不能盈利的业务外包给其他公司完成。同时放弃其一直苦心经营的等离子电视,彻底终止所有相关业务。

事件:空气净化器国家标准已修订

日前,质检总局新闻发言人陈熙同表示,国家标准委已于前期启动了对现有《空气净化器》国家标准的修订工作。目前已经形成草案稿。

点评:由于标准缺失,空气净化器市场乱象频出,时常出现产品某些数据虚标或不标的情况。空气净化器国家标准已修订给规范市场提供参考依据。

每周声音

今年为超高清电视爆发期

2014年国内平板电视销售的尺寸将会越来越大,电视清晰度会越来越高。对此,4K×2K的超高清电视会进入快速渗透期。

——中国电子视像行业协会副会长白为民

智能机布局慢了半拍

中国市场从功能机向智能机转移的过程中,TCL的布局慢了半拍。但相信随着TCL通讯对国内市场进行更大投入,业务也会很快做起来。

——TCL通讯董事会主席李东生

三星要加大创新

我们必须再次变革,三星应该整合不同产业的技术创建一项新业务。因为我们在业界占先的业务一直在遭到对手的挑战,但是留给我们竞争力不足的业务的时间正在耗尽。

——三星电子董事长李健熙

市场需求旺盛 松下阿尔法健康洗衣成亮点

据数据显示,2013年1~7月份,高端洗衣机销售量、销售额分别增长34.82%和35.99%,销量市场占比连续三年持续攀高。其中,松下斜式滚筒洗衣机阿尔法系列凭借高洗净比以及三重除菌、智能烘干等功能,成为销量与口碑的双料赢家。郑州晚报记者 朱江华

高端滚筒洗衣机驶入“快车道”

据《2013年度中国洗衣机市场白皮书》显示,2013年滚筒洗衣机的销售量和销售额同比分别增长34.22%、34.98%。以松下为代表的高端滚筒品牌,在立足高洗净比与节能环保的同时,更将健康理念融入产品之中,因而赢得了广大用户青睐。

据了解,松下阿尔法采

用业内领先的光动银除菌技术,可在漂洗过程中注入含有银离子水流,被衣物吸附后形成严密的防护层。在筒内蓝光照射下,银离子和水发生反应,产生羟基自由基,进一步加强了银离子的除菌效果,可以有效去除大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等有害细菌。

在此基础上,松下阿尔

法还兼具高温除菌的功能,在洗涤过程中水温可加热到90℃,有效去除衣物细菌,这对于需要保持高度清洁且耐热的婴幼儿衣物、寝具等尤为适用。此外,依托筒干燥和筒洗净技术,松下阿尔法实现了自我清洁,杜绝二次污染,真正做到洗净衣物不留死角。

松下阿尔法以“智”取胜

针对冬季衣物晾晒难题,松下阿尔法专门搭载了更为实用、便捷的智能烘干系统。

在烘干过程中,松下阿尔法能够通过循环系统从顶部吸入新鲜空气,经松下智能PTC电辅加热装置加热后,形成大面积暖风,带走

湿衣服中的水分。随后,通过冷凝系统冷却成水,由排水管排出,从而实现“即洗即干”、“即干即穿”的便利境界。此外,松下阿尔法的智能送风程序还能通过轻柔送风,为衣物减皱去皱,免除了衣物熨烫的麻烦。

业内人士指出,滚筒洗衣机销售出现激增景象,正显示出高端洗衣机市场所蕴含的广阔发展前景。针对此点,洗衣机企业应尽快调整产品结构,将研发、营销的重点放在高附加值的产品上,从而为消费者带来更好的使用体验。

