

牵手卖场 传统企业助力智能家居落地



总第244期
主持人:朱江华

新闻背景

依托移动互联网的迅猛发展,智能终端设备的广泛普及,智能家居亲民时代已经来临。

5月20日,长虹与苏宁双方不仅签署了一份“3年260亿”的战略合作协议,的销售目标。而且多措并举深化战略合作携手力推家庭互联网化产品的落地。

同时苏宁联合长虹推出第三款S-TV产品—长虹CHiQ电视49Q1S,定制的长虹CHiQ系列空调新品也即将在6月份通过苏宁易购进行线上首发。

对此河南家电协会副会长李文光表示,长虹苏宁在产品体验、单品聚焦、双线引流、用户挖掘等方面强强合作,基于大数据的智能战略形成默契的互补关系,营造了一个互联网化的家居智能生态圈。



陈喜辉
长虹电器郑州分公司总经理



姚凯
河南苏宁云商公司总经理



李文光
河南家电协会副会长

长虹vs苏宁 传统企业的互联网逻辑

主持人:传统企业的互联网化,是当下一个深刻的课题。苏宁是最早拥抱互联网的大型商业零售企业,目前正在路上。而制造业第一个抛出家庭互联网的企业,则是长虹。而双方的引起业界极大关注。

陈喜辉:长虹启客彩电、空调和冰箱,甚至还有启客厨卫电器,将充分发挥苏宁线上线下平台的运营优势,更加注重以人为中心,将不同的家庭终端广泛连接和智能协同应用,打造了“终端+平台+内容+服务”的新型商业模式。

姚凯:互联网技术的发展,大数据的

应用,社会化营销的手段为我们提供了这种现实条件。未来以长虹为战略合作伙伴代表,共同把握用户的需求,运营市场、服务用户的市场需求下的新型零售关系。

李文光:苏宁今年推出了“S-TV计划”、“S+空调”计划等,走向以用户主导、技术驱动、反向定制和精准营销的供应链变革之路。而不谋而合的是,长虹也于近期刚刚发布了智慧家居战略。一个挖掘前端,一个提升后台,双方战略合作携手力推家庭互联网化产品的落地。

互联网思维下,企业需要“扁”创新

主持人:业界普遍认为,在未来10年,占企业总数99%的传统企业,将加速拥抱互联网,并在新经济模式的构建过程中担任主要角色。但目前传统企业进军互联网,多半会收获短暂的嘲笑。

见郑 智能生活之言论



创意感动生活
The Creative Life

TCL

TCL至尊娱乐电视

E6700系列

娱乐本该如此

TCL携手首款游戏电视TCL E6700、E5700以及家庭娱乐最专业安卓游戏主机T2震撼亮相,打响TCL进军游戏产业的“第一枪”,为用户带来“够大、够多、够快、够畅、够省”的极致游戏体验。

“比起几英寸屏幕的游戏机, TCL游戏电视的4K屏‘够大’,带来的视觉体验就更棒了!” TCL游戏电视从40英寸到65英寸涵盖了6个尺寸段,配备了3840×2160的超高清4K屏幕。同时,应用TCL独创的3M、3D、影院、运动四大4K专家技术,加上独立扬声器和鹦鹉螺音效,无论玩游戏还是看电视,都带来最绚丽震撼的音画质体验。

5月30日至6月3日期间, TCL彩电各专柜活动超级钜惠, 价格直降到冰点, 带给您不一样的世界杯盛宴!

掘金4K世界杯

TCL强势制胜4K突围赛

“在今年的巴西世界杯市场,4K电视产品将大放异彩。”彩电行业观察人士刘步尘分析,体育盛会的每一次技术进步,都会推动相关产品的快速普及。今年国际足联官方提供的公共转播信号将正式启用4K传输方式,将打造“首届4K世界杯”,这不仅给球迷带来更清晰流畅的观赛体验,也在4K电视市场吹起一阵强劲的东风,有望带动4K彩电市场井喷期。根据市场研究机构displaysearch发布的数据显示,在巴西世界杯的带动下,今年4K电视的销量将增长至1270万台,同比增长6倍之多,市场潜力巨大。 郑州晚报记者 朱江华

彩电抢滩世界杯市场

“事实上,今年4K已经一跃成为市场上耀眼的明星,这次邂逅世界杯这个最强搭档,有望上演一场‘时势造英雄’的佳话。”著名家电行业专家罗清启表示。

罗清启指出,世界杯市场四年遇一回,各彩电厂商竞相在这场狂欢盛宴中分一杯羹,竞争越发激烈,中国彩电品牌将分食到最大的蛋糕。他表示,与外资彩电品牌抢占市场份额时,国产品牌不仅拥有立足本土资源的渠道优势,在技术功能、内容服务以及性价比上的竞争优势也非常明显,握住了突围世界杯市场的最大筹码。

从技术功能上来说,成熟的技术和强大的功能是消费者关注的焦点,在这方面国产品牌拥有强大的话语权。以占据4K大尺寸市场半壁江山的TCL 4K电视为例,它不仅拥有强大的运行平台,可实现优化4K超高清显示,还拥有成熟的2K转4K技术,提升效果达到行业最高的90%,同时拥有专业级的UHD超高清显示屏。其旗下的TV+游戏电视E5700、E6700首次采用3M画质提升光学膜,独家搭载了4K倍清引擎和4K高速运动处理技术,给用户带来最清晰流畅的观看体验。据悉,E5700和E6700还以其强大的4K技术、卓越的软硬件配置以及出众的性能荣登“最适合观看体育赛事的超高清电视10强”。

TCL贴合个性化需求

在内容服务层面,真正贴合消费者的个性化需求才是实现产品价值的关键。其中,国产品牌以智能应用和跨界互联网的丰富内容略胜外资品牌一筹。罗清启指出,在众多国产品牌中,TCL 4K系列在内容服务方面的突出表现尤为可圈可点。其旗下4K TV+系列不仅在游戏、视频方面拥有海量优质资源,各种家庭娱乐智能应用也是应有尽有,打造了最全面极致的个性化娱乐体验。TV+爱奇艺电视更是率先与国内顶尖视频网站百度爱奇艺独家合作,片源优势非常突出。

基于性价比来看,价格仍是影响消费者抉择的重要因素,而国产品牌以压倒性的价格优势完胜外资品牌。据悉,当国外55英寸4K电视依然维持在万元以上的高价位时,国内55英寸4K电视已经突破万元大关。其中,TCL 55英寸电视的售价更是降至8000~9000元,稍小的40英寸上下的4K产品已不足4000元,创造了行业最高性价比的标杆。

“今年上半年彩电行业走势持续低迷,世界杯有望成为拉动下半年行业走势回缓的重要转折点,各彩电厂商也力图通过这场体育赛事推进全年的销售业绩。”罗清启称,TCL电视产品最有机会以其突出表现在这场行业盛宴中笑到最后,并将以世界杯市场为跳板,联合其在视频、游戏等方面成功的互联网化转型尝试,强力领跑彩电市场,全面制胜2014。