

专注变频20年

始终引领技术变革

1996年,海信空调在青岛建立了国内第一个变频空调生产基地,引进了当时国际一流的变频生产线。1997年,中国第一台变频空调在此诞生,就此开启了中国空调的变频时代。如今,在中国变频空调的发源地青岛,拥有行业最先进的升级版VVI喷射变频技术的第4000万台海信变频空调顺利下线,标志着海信空调已经引领了中国空调变频技术20年。

“1997年家里买了海信第一代变频空调,当时大家都觉得很洋气。这么多年过去了,一直用到现在也没有坏。家里人都不舍得换。”在当天的活动现场,一名老用户在接受记者采访时如此感慨。

的确,海信空调的“变频专家”不是靠广告做出来的,而是广大用户和业内专家给出的准确、客观的评价。在中国空调发展史上,一个标志性事件就是变频空调器国家标准的出台。2008年,海信牵头组织了变频控制器国家标准制定,定义了变频空调的概念。

近几年,海信空调更是瞄准用户的差异化痛点,凭借关键性技术突破,向市场推出了具有颠覆性意义的6大系列精品:智炫系列、智润系列、智劲系列、智净系列、智静系列和智薄系列,满足了用户对空气温度、舒适度、湿度、净化度、运行静音、产品外观等不同的需求。值得一提的是,海信今年新推出的苹果云360度炫转空调,彻底颠覆了传统空调的设计理念,引领了第三代空调柜机的问世;苹果云全封闭超静音空调,更是以业内最低的16.5分贝创造了空调运行静音的新记录。

“从1997年至今,海信不断自主创新,已成功推出了七代变频技术,包括家喻户晓的360度全直流变频、双模变频以及最新的VVI喷射变频技术等,真正掌握了变频空调的核心技术,改变了空调核心技术长期依靠国外进口的局面。”被中国电协会副会长王雷称为“我国变频空调技术带头人”的海信空调首席科学家王志刚告诉记者,“加快淘汰定速空调已成为行业内大多数企业的共识,期待行业能沿着正确的方向加快转型升级。海信愿意将20年来积累的技术成果与业内分享,为中国变频空调市场的发展继续做出贡献。”

同时,王志刚还透露,在技术储备方面,海信自主研发的第八代、第九代变频技术已经取得突破,这些全球独创的核心技术将会把空调产品的能效进一步提高到99%以上。

乐视手机迎满月大考

创新乏味下的“补刀”与“助推”

本报记者 姜子谦

今天是乐视手机上市后的“满月”之日,其行业内最大敌人之一的小米,用一场声势浩大的口水战为其送上了一份厚重的满月礼。自乐视手机高调入驻智能手机市场一个月,本就多事的手机市场又迎来了新的变革。曾经的王者小米在地位被步步吞噬后,终于也露出了坐不住的姿态。那么,乐视手机的出现究竟为这块市场带来了怎样的变化?未来这块市场还将迎来怎样的风雨腥风?市场相关从业者拭目以待。

改变1

品牌格局渐变群雄争霸

一月前,20万台乐视超级手机正式开售。据乐视方面数据显示,1万台乐视超级手机1 Pro 1秒售罄,19万台乐视超级手机13分46秒售罄。回顾此前2012年的小米战绩,20万台手机4分钟内售罄,是其第四轮开放销售才达成的,当时成绩为3分15秒。或许也是乐视这样的成绩,小米不可能做到置之不理。

所以,一场被业界看做是小米近几年主动挑起的空前骂战盛大启幕。对此,乐视方面认为骂战掀起的原因,正是因为“乐1”和“乐1Pro”的发售让小米感到“颤抖和惧怕”。虽然有些言过其实,但小米曾经霸主的地位目前来看确实有些岌岌可危。有消息称,目前中国智能手机市场在1500~2500元的产品线上,华为荣耀1000万台的月销量已超越小米;360掌门人周鸿祎携其刚刚接手的大神手机将市场700元左右配置的手机降至399元,让小米被迫跟进降价后有有些焦头烂额;500~1000元的价格档小米则一直处于产品空白。

所以,乐视手机开始的大规模量产,或许会让小米最后一道1000~1500元的产品线彻底失守,成为“压死骆驼的最后一根稻草”,手机市场将正式迎来新一轮的群雄争霸。

改变2

价格战全面升级

国内智能手机市场对于价格战并不陌



6月16日,在一大批老用户、老工程师和老专家等的见证下,第4000万台海信变频空调在青岛隆重下线。在海信空调专注变频技术创新的第20个年头,以“技术立企、稳健经营”著称、享有“变频专家”美誉的海信空调,凭借20年坚持不懈的技术创新和自主研发的七代变频核心技术,获得了上千项国家专利,赢得了4000万全球用户的信赖,引领着中国变频空调发展的技术革新和市场潮流。

率先提出淘汰定速

推动产业全面升级

当天,海信空调发布了《变频空调产业白皮书》,提出“淘汰定速,全面进入变频时代”。“2016冷年海信将联合苏宁、国美、五星及全国千余家家电综合型商家,在城市家用市场彻底淘汰定速,全面普及变频。”青岛海

信空调公司总经理田野表示,“海信空调将坚定不移地推进‘三专’战略,专注变频、专注精品、专注用户体验。两年内海信变频空调销量将跻身行业前三。”

正如海信的预料,变频空调毫无疑问将是未来市场的绝对主流。“未来空调的四大发展趋势是节能、健康、时尚、智能,而节能将是四大趋势中的重中之重。”北京中怡康时代市场研究有限公司总经理贾东升认为:“淘汰定速有两个必然的原因,一是相

比定速空调,在同能效标准情况下,变频空调已完全具备了成本优势,生产制造成本已经低于定速空调;二是在国家节能减排大方针的指引下,以及定速空调能效等级入门门槛提高的大趋势下,高效节能的变频空调将成为未来空调市场中的绝对主流。”

实际上,消费者已经做出了自己的选择。在空调市场竞争加剧、需求下降的大背景下,今年上半年定速空调销量同比下降超过10%,而变频空调销量却在逆势增长,变频淘汰定速

改变3

手机利润将越来越薄

已发展了四年的小米,目前在其官网上除小米Note顶配版外,已有四款型号可以实现免预约现货购买,产能基本达到稳定,这也是目前小米在这一市场具备的最大优势。对此,乐视方面也表示,乐视超级手机今年8月后产能稳定,预计第四季度后,超级手机单月产能将达到百万台。

乐视释放出的这一信号,在业界看来,随着乐视手机需求量的不断增加,其量产成本可能会有一定幅度的下调,但空间肯定还是有限的。但乐视方面不断宣布其欲将价格降到量产的“极限成本”,也充分展现了未来乐视手机“硬件零利润”的决心。

而乐视的这一做法,又与周鸿祎对未来手机的发展理念不谋而合。在周鸿祎接管大神后,有了自己的王牌手机,似乎也离他推动“免费手机”的计划越来越近。在目前看来,小米正在竭力躲避着利润、比价方面的正面PK,在乐视明确表明自己的立场后,智能手机已经开始朝“零利润”方向挺进,这对于以手机业务为核心利润点的小米来说,无疑存在着巨大挑战。

乐视入驻手机市场后,智能手机市场的变革已经开始加速进行。

延伸阅读

乐视公开回应小米提三点质疑

6月16日,乐视举行新闻发布会,针对小米提出乐视电视的三点质疑,分别做出了回应。

针对“播控平台涉嫌违规,电视有可能随时被叫停”的质疑,乐视回应称:“目前正在与中国国际广播电台(互联网电视集成播控平台七大牌照方之一)合作,对互联网电视终端进行整改。目前,联合整改方案已上报监管部门并已满足政策要求,只待最后通过。乐视将努力以最快速度完成整改,满足监管部门的监管要求。”

针对“友商内容比乐视内容多一倍,免费内容高达82%”的质疑,乐视回应

称:“‘零内容’的友商,居然用别人的公网内容,号称自有内容生态全行业第一。所有厂商都可以通过与播控平台及内容方合作做到。这种平台联盟式的‘第一’,传统厂商很多年前就已经是了。”

针对“价格骗局”的质疑,乐视回应称:“超级电视和超级手机不仅是按量产成本定价,力度更大的是用全屏影视会员年服务费补贴硬件成本,让用户成为最大受益者。服务到期后,用户可自主选择是否续费。不续费用户,依然可以享受和友商一样多的内容和服务,不应算作骗局。” (铁群)

360宣布收到私有化要约

本报讯 6月17日,360公司董事长兼CEO周鸿祎宣布将联合中信证券、金砖资本、华兴资本和红杉基金,向360公司股东发出不具有约束力的私有化要约,拟以每ADS 77.00美元(对应每股A类或B类普通股51.33美元)的价格收购其他股东持有的360公司股份。

“今天将是360历史中又一具有里程碑意义的时刻。”周鸿祎在发给360全体员工的内部信中表示,“为了360未来更好地发展,老齐(齐向东,360公司总裁)和我经过审慎思考,决定启动360私有化战略计划。这是在反复考虑当前全球及中国资本市场环境后做出的主动战略

选择。”

目前,360公司已经成为中国智能硬件领域最强有力的竞争者之一。360公司不仅宣布与酷派成立战略联盟,成立奇酷科技进军手机业,向市场推出奇酷和大神两个手机品牌,还推出了儿童智能手表、路由器、智能摄像机、行车记录仪等一系列创新智能硬件产品。

周鸿祎说:“凭借360现有的出色表现和能力,我们有充分的自主权做出选择。”他认为,360的私有化不仅是资本操作,更是360进入新的发展阶段的重要助力,同时为充满激情的360员工提供更多的机遇和更大的舞台。(铁群)

TCL携手IMAX推出私人影院系统

本报讯 6月17日,由TCL集团旗下多媒体科技控股有限公司与IMAX公司共同出资成立的TCL-IMAX娱乐有限公司,正式发布合资公司成立后首款新品——IMAX臻享影院。这也是全球范围内首次将这一世界顶级的一站式家庭娱乐解决方案和全新的高端私家娱乐方式引入中国市场。

据TCL集团董事长、CEO李东生介绍,“IMAX臻享影院”结合了TCL在硬件、软件、服务和内容方面的优势,同时又融合运用IMAX的影像和音效技术,为用户提供“互联网+”电影的观影体验。用户将体验到为自己量身打造的家庭影院内容和最好的设备保养服务。

与全球播“同步院线”瞄准大众化用户不同的是,此次TCL-IMAX公司发布的IMAX臻享影院目标受众定位为高端人群,针对中国和新兴市场日益富裕的用户群,精心打造新增业务平台,同时和快速增长的商业影院业务互为补充,将IMAX体验带到尚未触及的细分市场。

另据悉,今年TCL集团在“双+”转型战略和国际化双轮驱动下,不断在视听显示领域进行创新尝试,全球播“同步院线”和IMAX臻享影院的先后发布,标志着TCL在家庭影院领域将全面覆盖普通大众用户和高端用户,这也表明TCL集团在智能家庭影院市场的布局正日益完善。(欧阳)

HTC拒绝华硕收购

本报讯 中国智能手机开始进入群雄割据时代,HTC不得不面临着需要维持生存的尴尬现状。虽然华硕有意收购的消息开始广泛传播,但HTC方面却在近日公开表示,并没有与华硕就此事有任何接触,也不会考虑与华硕合并。

有消息称,在华硕近日的股东大会上,董事长施崇棠表示不排除收购HTC的可能。随后更有消息称施崇棠曾在内部讨论过收购HTC的事宜。不过华硕对此也很快进行了澄清,称目前并没有针对HTC的投资计划。虽然HTC方面表示不会被收购,但目

前HTC的日子并不好过。市值一度高达330亿美元的HTC,如今仅剩20多亿美元,这甚至让在不久前召开的股东大会上,HTC董事长王雪红为近期股价惨淡的表现向股东鞠躬致歉,并说今年HTC将通过四个方面的努力来扭转市场被动。

与此同时,有消息称王雪红给员工们发出一封信。信中表示HTC的问题在营销而非产品,并给员工打气说,有很多重新扭转运营的策略,很快就会推出。“为迎接市场环境的新挑战,HTC需要做出调整,我们要改变过去的事方法和减少花费,而且必须立即改变。” (欧阳)