

市场疲软纷纷布局 AIoT

手机企业加速进军电视领域

■新快报记者 陈学东

后疫情阶段,消费者回归客厅的行为促进了智能电视销量的增长。在今年“618”期间,不仅传统家电品牌企业负责人集体亮相直播间带货,跨界而来的小米和荣耀之间的战火也在彩电领域全面点燃。而这次比拼,决定成败的不仅是硬件本身,还有 AIoT(人工智能+物联网)生态布局。

将智能电视和手机捆绑在一起

除我们熟悉的华为/荣耀的智慧屏电视产品外,一加和诺基亚也低调地在印度等海外市场低调地推出了智能电视产品,甚至连摩托罗拉也时隔 59 年后再次推出新的电视产品。

而 OPPO 官方已确认会推出智能电视产品,realme 更是在二季度先在印度市场推出自家首款智能电视产品。从最开始的小米电视、后来的华为/荣耀智慧屏电视、再到一加、诺基亚、摩托罗拉,realme,最后还有即将到来的 OPPO。手机品牌扎堆入局电视行业已经成为了一个发展的趋势,其背后的原因不仅是因为眼前的收益,还有背后 AIoT 庞大的市场。

据市场研究机构 Canalys 的报告显示,2019 年中国手机市场的出货量较前一年下降了 7%,同时出货量也越来越集中在华为、OPPO、vivo、小米等头部品牌上,他们的出货量占比在 2019 年已经超过了 80%,对于他们来说,手



机市场已经趋向于饱和,想获取更大的收益,就必须开拓新的市场,而电视市场正是他们眼中新的蓝海。

据调研公司群智咨询(Sigmaintell)发布的数据报告显示,2019 年全球电视市场的总出货量达到了 2.4 亿台,同比增长 0.4%,虽说增幅不到百分之一,但对比正处于下滑的手机市场来说要好得多,也说明全球电视市场的需求仍然稳定。因此小米、华为和 OPPO 系(包括一加和 realme)均已经推出了电视产品,而其他手机品牌也正在虎视眈眈着电视市场,相信未来会有更多的手机品牌尝试做智能电视。

目前手机品牌都致力于进一步打通智能电视与手机的连接,将智能电视

和手机捆绑在一起,通过自身在手机市场的知名度和体量来带动自家智能电视的销量。

看中二者背后的智能生态

进入电视市场除了受到直接利益的驱动外,对于手机品牌来说也是其 IoT 生态的重要布局。无论是小米的“5G+AIoT”双引擎,还是华为的“1+8+N”全场景战略,他们都是以手机+AIoT 作为未来品牌发展的主要方向,而在所有的智能设备中,智能电视的这块大屏无疑是整合各种数据和资源的窗口,是 AIoT 生态里最重要的组成,因此智能电视便成为了兵家必争之地。从长远来看,当这些品牌的 AIoT

生态成熟后,不仅是直接的收入来源,还将反哺手机产品。现时人们在选购手机时会考虑价格、品牌、功能等因素,而未来人们可能会因为自己家里使用的是某一品牌的 AIoT 生态产品,而不得不继续选择同一品牌的手机产品。

电视机升级的背后,是大屏行业发展重心的转变。由此前的单品向以电视机为中心的智慧场景迁移。这也是产业步入新阶段的显著标志。对互联网企业而言,因其在系统软件、互联网内容、场景智能化等方面的优势对传统品牌造成冲击。

无论手机之争,还是电视机之争,它们看中的并非某一单独品类的竞争,而是二者背后的智能生态,也是决定二者未来生存发展的希望所在。

全球风暴急 国有“定海针”

金山办公护航政企协作办公

新快报讯 记者郑志辉报道 全球经贸摩擦及疫情的风暴,资本市场股价价值的飙升,看来对老牌软件厂商金山办公上下并没有造成太大影响。7月7日上午,炽热阳光下的珠海金山园区平静如昔,一切都在不疾不徐中进行,过去 30 多年的风雨,只在园内公司历史长廊路上略见一斑。

“最煎熬的时候,从 2000 年开始,一直到 2010 年,公司的收入很低,增长曲线基本是一条平直线,靠游戏和毒霸的收入活着。”金山办公 CEO 章庆元说,支持他们“熬下去”的,是做民族办公软件的信念,是国家把办公软件、操作系统、数据库定为基础软件的远见和领导对金山的关心,“我觉得政府还是蛮高瞻远瞩的,大家可能不知道,我们在 20 年前讨论做 Linux 操作系统软件的时候压力有多大,在今天中美贸易战包括科技要脱钩的情况下,国家才不会那么被动。”

民族办公软件之路的煎熬

2011 年起的移动办公趋势给了金山办公一个绝好的机遇,较主要对手更早转型移动化,让金山办公走上了发展快车道,从 2012 年起的七八年间,每年保持 30-40% 的增长,还在去年 11 月登陆上海科创板,最新市值已高达 1600 亿元。

对金山办公来说,更大的机遇还

在眼前,那就是已是势在必行的信息化应用创新国家级战略。对于信创产业来说,2020 年是全面推广的起点,信创领域中的标杆企业正以驷马十驾的精神,厚积薄发。作为民族办公软件领军企业,金山办公已成为信创领域研发攻坚的武将。

从某种角度说,WPS 以一己之力身先士卒,不仅将自身打造成了信创领域成熟度最高的软件之一,还在积极联合软硬件厂商共同推进生态体系建设。

据金山办公高级研发总监皮霞林透露,在广东省政府无纸化办公进程中,金山办公功不可没。金山办公支持搭建了“数字广东”项目中的“粤政易协同办公平台”,帮助广东多家单位构建文档协同处理核心板块,建设起云+端一体化赋能集约化协同办公平台。

有数据显示,“粤政易协同办公平台”自 2018 年试运行至今,累计在省政府办、政数局、金融办、医保局等 19 家单位推广,7 家正在实施中。覆盖用户数量 459000+人,处理公文 100000+份,移动端累计访问 400 万+次,办公效率提升 40%以上,每年节省办公材料 10 吨纸。

WPS+金山文档,构建协作办公云端一体化

一场意想不到的新冠疫情,让远

程协作办公成为各级政企维持运转的关键技术,也让金山文档月活用户一度突破了 2.39 亿。企事业单位实时统计上报表员工身体健康信息,企业员工在家远程办公,学生在家线上学习等,都可以金山文档的形式得到解决。

金山文档负责人汪大炜说,金山文档是 WPS 品牌走了将近 30 年之后才创立的第二个品牌,将与 WPS 共同完成云端一体化的使命。金山文档的作用不仅仅是在线文档协同编辑,而是越来越多的用户通过我们的能力串联自己的业务,搭建像数字广东这样的平台,把金山文档的业务推向一个不一样的高度。

章庆元最后表示,金山 WPS 办公产品及服务已经覆盖 30 多个省市自治区政府,400 多个市县级政府。金山办公将坚持自主创新安全可靠的核心办公技术,以内容、云和 AI 为未来研发方向,持续助力建设信创项目软硬件生态圈,提升我国网络信息安全。



2019 年 9 家生鲜电商倒下

现以次充好、退款难等八大乱象

新快报讯 电商智库网经社最新发布的一份《2019 年度中国生鲜电商市场数据监测报告》显示,2019 年我国生鲜电商共计倒下 9 家,分别为我厨生鲜、妙生活、鲜来多、迷你生鲜、瓜粉网、水果营行、TableLife 壹桌网、菜到啦、Fields 甫田网。2019 年生鲜电商热点被投诉问题主要聚焦在:商品质量问题、以次充好、久未发货、物流延迟、下单容易取消难、退款难且款项未及时退回、虚假宣传、售后服务差等这八个方面。

网经社高级分析师莫岱青指出,生鲜电商出现扩张过快导致后续整体运营、产品质量、用户体验、售后服务等问题频现,加上供应链方面也无法及时跟上,加速“倒下”。生鲜电商倒下的重要原因还在于损耗大。虽说生鲜商品的毛利率很高,但由于产业链太长,包括种植、选品、包装分拣、物流、损耗和营销等环节,便直接导致产品的损耗大,利润降低。

报告还显示,2019 年我国生鲜电商融资总额达 72.6 亿元,较 2018 年的 67.12 亿元,同比增长 8.16%。2019 年生鲜电商“独角兽”共四家,分别是每日优鲜、谊品生鲜、易果生鲜及百果园,估值分别为 30 亿美元、15.38 亿美元、15 亿美元及 14.62 亿美元,总估值达 75 亿美元。

(郑志辉)