



联姻家乐福 国美拟开200家“店中店”

广州4家家乐福门店将现国美面孔

□信息时报记者 刘莉

4月10日,国美零售与家乐福(中国)宣布达成战略合作。根据双方公布的方案,国美将以“店中店”的模式在今年7月底之前入驻家乐福(中国)的200余家门店,经营品类覆盖所有大家电、3C和智能商品。据称,双方将在联合营销、会员管理等方面展开深度合作,实现服务和流量的相互转化。

“国美和家乐福在下一轮竞争中最有力的就是供应链和服务链整合能力。”国美零售总裁王俊洲表示,公司将成立专门的部门来支持家乐福200家门店的运营,整合自身一线品牌的商品供应能力,以及国美自有商品的供应能力,以形成超市店的产品结构。

在正式合作之前,双方也曾“试婚”——去年11月,国美与家乐福在北京、无锡、上海、浙江四地已经试点了11家“店中店”。华南国美有关负责人告诉记者,华南区域已与25家当地的家乐福

门店对接好了,入驻的细项和具体时间还要等进一步通知。具体到广州市场,国美已规划入驻4家家乐福门店。

他还透露说,国美家乐福“店中店”与当地的国美门店将共享供应链资源,用户不仅可以购买店内陈列的商品,还可以通过国美APP和美团进行线上选品。

服务也是双方合作的重要环节之一。据记者了解,国美管家服务产品目前已有800个,可提供送装同步、一次到家、套购服务、清洗礼包、以旧换新等服务。财报显示,2018年国美零售的服务GMV同比增长超过50%。

家乐福密集的门店网络布局和客流被认为是形成双方合作的渠道基础。据悉,家乐福目前在华覆盖50多个城市。家

乐福集团2018年年报显示,2018年家乐福中国区业务表现利好,带动大中华区利润大幅提升,较去年同比增长11倍达3.5亿人民币。



动态

去年我国家用电器出口同比增9.6%

信息时报讯(记者刘莉)据工业和信息化部主管的电子信息产业网消息,中国机电产品进出口商会家用电器分会秘书长周南日前表示,2018年我国家用电器产品(含零件)出口751.2亿美元,同比增长9.6%。其中,主要家电产品出口规模均有不同程度的增长,冰箱、洗衣机、空调等传统大家电包括零件的出口额为333.4亿美元,较去年同期增长11.2%;小家电包括零件的出口额299.2亿美元,同比增长10.8%。

一方面是出口延续增长,另一方面2018年家电产业再掀海外并购热潮:7月,海信收购斯洛文尼亚白电制造Gorenje95.42%的股份;9月,青岛海尔子公司收购意大利公司Candy S.p.A的100%股份。

周南称,自2015年起,中国家电企业大大小小的海外并购超过10起,而这一趋势还在延续,“中国家电产业将世界家电的著名品牌囊入怀中,这一方面体现了中国家电企业抓住世界家电格局变革的有利时机;另一方面也体现了中国家电企业迈向全球化经营步伐加快,主动打破当前行业面临的转型瓶颈,通过并购打入欧美家电主流市场初见成效。”

LGD大屏OLED闪耀CITE展

4月9日至11日,一年一度的中国电子信息博览会(CITE)在深圳召开。在这场亚洲最大的电子信息大展上,显示行业领军企业LG Display(下称LGD)展示的一系列大放异彩的OLED前沿科技产品,似乎在宣告OLED时代的来临。

记者从组委会获悉,CITE 2019由工业和信息化部、深圳市人民政府共同举办,吸引了超过1600多家企业参加展会,预计观众数量超过16万人次。作为大尺寸OLED面板全球唯一的供应方,LGD此次展会专门设立了OLED Zone、IT Zone、商业显示Zone三大区域,展示其独有的技术和产品。尤其是其77英寸的壁纸电视、88英寸8K OLED和透明OLED商用显示产品,在展会现场更是赚足眼球。

将代替LCD成下一代主流技术

展示差别化的OLED技术,同时强调OLED的差异化高端价值,使得LGD成为展会中最受关注的企业之一。作为公认的下一代主流显示技术,与LCD(液晶电视)相比,OLED的优势体现在哪里?对此,LG Display全球战略市场推广副总裁高规荣在接受媒体采访时表示,调查发现,用户一天看电视的时间大概是2至3个小时,不看的时候就是关掉电视,在家居环境下并不美观。而OLED电视,比如壁纸电视在关掉的时候,还可以像画一样被观赏;OLED可卷曲电视,可以把屏的部分像卷轴一样卷到底座里,做到空间利用度最大化。



“LCD是无法和我们竞争的,在LCD无法实现的领域里面,现在在车载显示里面已经出现55寸的显示屏了,这个只有OLED可以满足。除了电视,车载、商用显示会有更多的价值空间,是LCD无法比拟的,LCD和OLED根本不是一个竞争级别。”高规荣表示。

广州OLED面板工厂今年投产

对于中国市场,高规荣表示非常看好,原因有三:中国市场拥有5600万台的市场规模,是全球最大的单一电视市场;从电视和显示发展的历史来看,从3D到4K、UHD,还有新技术的接受能力是最强也是最快的市场;第三,中国

有2.2亿以上的中高收入人群(中产阶级),购买力正在逐渐增加,“中国在全球市场上引领技术发展的角色也是越来越明显。”

高规荣还透露,LGD广州OLED面板工厂将于今年第三季正式投产。“OLED在中国本土化生产之后,我们可以第一时间为我们的中国整机厂商客户提供技术服务,包括渠道商也会为他们创造价值,无论是消费者,还是渠道商,还是终端厂商,都能提供新的价值。还有重要的一点,我们这条产线进来之后,对于整个产业链,包括上游、中游和下游客户整个生态系统的形成起到积极作用,对中国显示产业的升级做出一定的贡献。”信息时报记者刘莉

京东方 CITE 展 推物联网解决方案

信息时报讯(记者刘莉)在第七届CITE展上,BOE(京东方)首次展出的物联网创新解决方案引起行业关注。记者看到,被称为数字艺术物联网产品的BOE画屏,不仅能细腻逼真的展示艺术作品,通过搭载人工智能语音技术,还可以让参观者与BOE画屏进行自由会话交互。同时,BOE(京东方)还带来了可广泛应用于商超等领域的画屏标牌和AI数字标牌,为商家提供智慧零售解决方案。

在其搭建的“健康小屋”里,参观者可体验包括无创多参数检测仪、智能睡眠仪、智能体脂秤、血压计等在内的智慧健康端设备,结合移动健康APP,不仅能采集用户健康数据、出具健康报告,还可以为用户提供AI疾病风险预测、在线问诊、体检挂号等就医服务。