

数码家电行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

第 26 周

2024/6.17-6.23

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

元宇宙与AI推动品牌营销进入全智能时代;
年618家电行业的三个转折点出现了!
AI创新为消费电子“添翼” 产业链公司加码布局。

行业环境:

1. 元宇宙与AI推动品牌营销进入全智能时代

关键词: 元宇宙, AI, 营销, 数字化, 内容生态

概要: 在2024年T-EDGE未来科技大会上, 阿里元境副总经理史敏君分享了关于元宇宙和AI在营销领域的应用。阿里元境利用实时云渲染和人工智能技术为各行业提供元宇宙服务, 助力品牌营销进入全智能时代。元宇宙作为虚实结合的新型沟通平台, 正在各行业中加速渗透, 打破了移动互联网的App孤岛形态, 推动内容创作者驱动的商业模式。AIGC技术的发展将进一步丰富元宇宙内容生态, 降低制作成本, 增强营销效率。元境提供了包括虚拟空间搭建、数智人营销等在内的元宇宙商业营销解决方案, 通过智能体等创新方案提升行业效率和价值。随着政策支持和技术进步, 元宇宙和AIGC将为品牌营销和科技创新带来新机遇。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7128689.html): <https://www.tmtpost.com/7128689.html>

2. 今年618家电行业的三个转折点出现了!

关键词: 618促销, 家电行业, 市场转折点, 竞争激烈, 渠道变革

概要: 2024年618促销季显示了中国家电行业的三大转折点: 1) 尽管美的、海尔等头部企业表现积极, 多数厂商仍面临市场挑战; 2) 线上促销后, 线下渠道库存清理成问题, 企业需增强直面用户和零售服务; 3) 市场格局变化, 从线上主导转向直卖用户和零售为主, 批发业务集中于大型商业巨头; 4) 大企业通过618活动整合市场, 淘汰弱小竞争者; 5) 行业告别低价竞争, 转向全员营销和服务质量提升, 经营策略创新成为必然。这是家电行业40年来首次重大经营理念转变。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/J55ER5VQ0519828Q.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/J55ER5VQ0519828Q.html?spss=dy_author

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 厨电企业加速出海，胜算几何？

关键词：跨境出海,厨电行业,海外市场,家电出口,增长潜力

概要：中国家电行业的“跨境出海”趋势日益显著，2024年5月家用电器出口同比增长29.7%，1-5月累计增长24.6%。然而，厨电行业因产品特性、文化差异和技术标准问题，出海步伐相对较慢。尽管如此，一些企业如万和电气、方太、老板电器等正积极拓展海外市场，通过建立海外基地、调整产品线和适应当地标准来寻求增长。万和电气的出口业务占其销售收入近四成，方太和老板电器也在全球范围内布局，提升品牌知名度和产品线国际化。其他企业如华帝和火星人等也在逐步加强海外渠道建设和产品定制，以促进海外业务增长。厨电企业面临的挑战主要包括安装服务要求高、文化习惯差异和各国标准不一，但它们正通过技术创新和市场适应策略积极应对。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/J54TV1R50518SKCP.html?spss=dy_author

4. 智能家居市场迎爆发式增长，2023年全球收入或将突破1300亿美元

关键词：智能家居,市场规模,渗透率,技术进步,消费升级

概要：智能家居利用人工智能和物联网技术，提高家庭生活品质和节能效率，市场在全球范围内迅速扩张。2021年全球智能家居设备家庭渗透率为12.31%，预计2023年将达到16.38%，市场规模有望在同年突破1300亿美元。中国作为大的消费市场，尽管起步晚，但发展迅速，2021年市场规模达1297亿元，预计2023年将增长至1689亿元。政策支持也是关键因素，国家推出多项政策促进智能家居产业发展。随着5G和人工智能等技术的应用，智能家居产品将不断创新，市场前景广阔，预计未来3-5年将持续高增长态势。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0617/636971.shtml>

5. 这条千亿级空白赛道，终于被资本盯上了

关键词：家居后市场,零工经济,服务管控,数字化平台,鲁班到家

概要：鲁班到家在资本寒冬中完成数亿元B轮融资，领投方为创新工场，彬复资本参与跟投。该平台成立于2017年，通过数字化零工经济模式，整合大量专业蓝领师傅资源，为家居企业提供售后安装维修服务，降低运营成本。在电商推动大家居行业变革的背景下，传统售后服务方式面临挑战，鲁班到家填补了产业链上的服务空缺，以第三方平台形式支持企业电商化转型。为保证服务质量，鲁班到家建立了数字化服务管控体系和师傅培训评价机制，确保服务标准化和用户体验。目前，中国大家居后市场潜力巨大，零工经济模式市场渗透率低，鲁班到家有望在B端和C端业务上持续扩展。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0621/637258.shtml>

6. “买5台家电后我被迫下了4个APP”，智能家居为何难以互联互通？

关键词：智能家居,APP,手机,热水器,空调

概要：智能家居产品通过APP实现远程控制，提升了生活便利性，但大多数APP生态封闭，导致消费者需要下载多个APP来控制不同品牌的产品，增加了使用不便和隐私泄露的风险。行业专家指出，智能家居的互联互通问题并非技术难题，而是品牌间利益冲突和数据竞争的结果。目前，虽然已有跨品牌互联互通的技术方案和标准，但实施的关键在于品牌是否愿意合作。为解决这一问题，政府和大企业应共同打造统一的智能家居操作系统，并加强用户隐私保护。行业标准的制定和实施将有助于提升设备兼容性，推动行业向更广泛的互联互通发展。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0618/637051.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 降速控险，金融科技公司转向

关键词：金融科技,上市,贷款规模,逾期率,营收增长
概要：2024年一季度，六家美国上市金融科技公司（陆金所、奇富科技、乐信、信也科技、小赢科技、嘉银科技）的贷款规模呈现收缩态势，四家公司的促成贷款额同比下降，五家贷款余额环比下降。业绩增速放缓，其中半数公司出现“增收不增利”。逾期率普遍上升，反映出信贷风险增加。为了应对这些挑战，金融科技公司正在采取降本增效、出海等策略转型。例如，奇富科技通过优化成本和资产分发提高收益，而陆金所控股则因贷款销售额和余额减少导致营收和净利润双降。部分公司如嘉银科技选择增加贷款规模，寻求增长与风险平衡。金融科技公司也在加大技术研发投入，利用人工智能和大数据提升运营效率和风控能力，并探索海外市场以寻求新的增长点。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7131708.html>

8. AI创新为消费电子“添翼” 产业链公司加码布局

关键词：AI赋能,消费电子,可穿戴设备,智能手机,市场增长
概要：2024年第一季度，中国可穿戴设备市场出货量增长36.2%，达到3367万台。苹果在WWDC上发布了AppleIntelligence，而华为开发者大会将呈现HarmonyOSNEXT和盘古大模型5.0。消费电子概念在二级市场活跃，万祥科技领涨。专家郭涛指出，AI技术将促进消费电子产品升级，预计2024年全球AI手机出货量将达到1.7亿部。可穿戴设备领域也迎来AI创新，如Humane的AiPin和Samsung的OneUI6Watch。产业链企业长盈精密和恒玄科技正积极布局AI，以应对行业变革。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0619/637102.shtml>

9. 嵌入式冰箱市场巨头激战正酣暗藏玄机

关键词：嵌入式冰箱,市场热火,巨头激战,用户影响力,前装渠道
概要：嵌入式冰箱在中国一线城市迅速流行，尤其受到年轻消费者的欢迎，成为新房装修的热门选择。主要家电品牌如海尔、海信、美的、博西家电和松下等在该市场激烈竞争，相关产业链合作伙伴也积极参与。市场火热源于高利润、稳定需求及符合年轻人对简约生活方式的追求，但价格战可能带来挑战。企业需重视产品、服务和渠道的创新，掌握前装市场和用户教育，通过家居融合创新和拓宽销售渠道来区别竞争。这表明家电企业应注重产品差异化，关注家电与家居的结合，灵活应对用户需求变化，主动引导市场趋势。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/J50GJ07C0519828Q.html?spss=dy_author

10. “买大” “买新” “买智能” 成为“618” 家电家居消费主要趋势

关键词：618,家电家居,消费趋势,手机,通讯
概要：值得买科技报告揭示了2022年“618”期间家电家居消费趋势，主要表现为消费者倾向于购买大型、新型和智能化产品。手机通讯、大家电、电脑整机、酒类和生活电器是最受欢迎的二级品类。在家电方面，大尺寸电视和智能清洁设备受到追捧，扫地机器人销量同比增长11%。以旧换新的消费模式在多个品类中表现强劲，尤其是大家电相关消费超过1亿GMV。此外，女装、珠宝首饰、国内旅游等品类的GMV增速最快，水族用品成为黑马，增长160.30%。平台“什么值得买”在活动期间用户数和内容发布量均有所增长，AI技术的应用也在加强，帮助用户更高效地做出购物决策。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0620/637177.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. 开机率断崖式下跌，电视机如何重回客厅“C位”？

关键词：电视开机率,智能电视,小屏冲击,手机,短视频

概要：中国电视开机率已降至30%，引发对其是否会逐渐被淘汰的讨论。电视开机率下降主要归因于手机和平板等小屏设备的普及以及电视本身体验不佳。小屏设备提供了更高的便利性和内容选择自由度，而电视操作复杂、广告多且需要额外付费开通会员等问题降低了其吸引力。尽管如此，电视在部分年轻消费者中仍有市场，特别是对于大屏体验的需求，如游戏和体育赛事观看。中老年人群也依赖电视获取新闻和娱乐内容。业界专家认为，电视不应被忽视，大屏体验在某些场景下无法被小屏替代。为重振电视市场，产品创新和提升用户体验至关重要，例如发展智能交互功能和改善收费与操作复杂性问题。政府也在推进相关治理工作，以提高电视服务的透明度和消费者满意度。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0617/636981.shtml>

12. 家电价格“闯新低”但市场门槛“奔新高”

关键词：价格创新低,竞争门槛高,市场走势,家电厂商,出货压力

概要：2024年的618大促对家电行业产生了深远影响，主要表现为产品价格创新低，市场竞争门槛提高。尽管价格下跌，但厂商面临是否继续降价促销及渠道囤货的风险，因部分产品售价已低于渠道成本。同时，厂商需应对市场变化和行业走势，关注价格走势和厂商洗牌速度。短期内，价格继续大幅下降的可能性较小，商家应谨慎备货并尽快消化库存。随着竞争门槛提升，实力不足的厂商将被淘汰，行业将迎来频繁的洗牌期，影响市场稳定性和品牌口碑。因此，厂商需强化把握终端用户需求的能力，选择优质合作伙伴，并在动荡中调整策略。家电市场的调整和洗牌将持续进行，厂商需保持警惕并持续行动。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/J582VFOV0519828Q.html?spss=dy_author

13. 国家能源局：将规范光伏发电产业秩序

关键词：太阳能,光伏发电,光伏,产能建设,市场环境

概要：国家能源局回应太阳能电池板制造商关于政府干预产能增加的请求，表示将规范光伏发电产业秩序，通过发布产业信息来合理引导光伏上游产能建设，避免低端产能重复建设，以维护良好市场环境。中国光伏行业竞争激烈，国内市场的稳定性至关重要。因此，将继续巩固光伏发电的新增装机市场，兼顾集中式和分布式发展，重视大型风电光伏基地与分布式光伏发电的协同。此外，还将提升光伏技术创新能力，推动关键技术攻关和基础材料升级，并加强光伏产业标准体系建设。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0621/637231.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

14. 斯坦福大模型评测榜 Claude 3 排名第一，阿里 Qwen2、零一万物 Yi Large 国产模型进入前十

关键词：关键词1,关键词2,关键词3,关键词4,关键词5

概要：斯坦福大学基础模型研究中心发布的MMLU on HELM排行榜评估了大规模多任务语言理解能力，榜单前十大模型中有两款来自中国，分别是阿里巴巴的Qwen2 Instruct和零一万物的Yi Large。该测试涵盖57个任务，要求模型具有广泛的知识和问题解决能力。Qwen2是阿里巴巴开发的开源模型，有五个不同规模版本，并支持27种语言。而Yi Large是零一万物的闭源模型，表现优于一些顶级模型如GPT-4。

原文链接：<https://www.ithome.com/0/777/013.htm>

15. TCL光伏科技完成首笔绿电交易 实现绿色能源新里程碑

关键词：TCL光伏科技,绿色电力交易,分布式光伏,可持续发展,双碳战略

概要：TCL光伏科技在广东省电力交易中心完成首笔绿色电力交易，售出8.64万度绿色电力，成为广东省首个完成分布式光伏电站绿电交易的民营企业。这一举措体现了TCL光伏科技在可持续能源领域的领导地位和承诺，符合国家“双碳”战略。交易涉及的佛山旭阳3.641MWp工商业分布式光伏项目，绿色环境价值成交价格达7.31元/兆瓦时，高于燃煤基准价，显示了可再生能源的经济和环保价值。此次交易为分布式光伏项目开辟新盈利模式，对实现碳达峰、碳中和目标有积极推动作用。TCL光伏科技将持续致力于绿色能源研发和市场拓展，推动能源结构绿色转型。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0620/637182.shtml>

16. 直击世界智能产业博览会，刘庆峰杨元庆周鸿祎等论剑大模型

关键词：周鸿祎,大模型,人工智能,智能化时代,参数

概要：在2024世界智能产业博览会上，周鸿祎提出大模型将引领人类进入智能化时代，但反对追求单一超级AI，主张发展专业化模型。他认为通用大模型虽有惊艳表现，但在行业深度和具体业务理解上仍有局限。刘庆峰关注追赶OpenAI，强调底层通用大模型对国内人工智能发展的重要性。杨元庆主张加强端侧AI创新，推广人工智能个人终端设备，如AI PC，以实现“混合式人工智能”的普及。三者共识是人工智能需深入应用场景。天津正加速大模型产业落地，如天津港的“智慧零碳”码头和科大讯飞、联想在教育、医疗和制造领域的应用案例，展示了人工智能带来的效率提升和智能化变革。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7136989.html>

17. 230个大模型招投标大单，前三令人意外

关键词：大模型,中标项目,算力,数据,央国企

概要：2024年上半年，中国大模型项目中标数量显著增加，超过230个，远超2023年全年。项目需求多样化，包括算力、数据、大模型本身及其应用场景，以及评测、咨询和培训等。央国企成为主要采购方，约占中标项目的60%。主流大模型厂商如中国电信、科大讯飞、智谱AI和百度云等中标最多，其中中国电信拿下至少16个项目。项目金额分布广泛，既有亿元级大单，也有0元中标项目，后者可能是价格竞争或试验性质。大厂在市场中占据一定优势，但仍有大量机会给到其他方案商。各厂商如中国电信和科大讯飞等，凭借自身技术和行业积累，成功中标多个项目，尤其在央国企市场表现突出。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7134213.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

18. vivo出让当地公司股权？中国手机厂商印度“本土化”求解

关键词：印度市场,手机制造商,本土化,vivo,塔塔集团

概要：中国手机制造商vivo正在与印度塔塔集团洽谈成立合资公司，以符合印度政府关于高管本土化和增加印度制零组件使用的政策。此举可能是应对印度政府对中国手机厂商日益严格的审查和要求，包括增加印度籍管理层和分销商。塔塔集团可能持有vivo印度公司至少51%股份，但交易尚未最终确定。vivo在印度已有大规模生产，并与印度本土公司如Micromax合作。然而，中国手机品牌在印度的市场份额正逐渐下滑，部分厂商如小米已调整策略，减少高端手机在印度的发布。同时，供应链厂商如闻泰科技也减少了对印度的投资。尽管面临挑战，印度作为消费电子市场的潜力仍吸引着企业关注，但投资需谨慎处理潜在风险。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0617/636954.shtml>

19. 惊艳亮相HDC24，添可食万成为AI家电新标杆

关键词：华为HDC大会,盘古大模型,添可智能料理机,AI底座,智能家电

概要：在HDC.24大会上，华为推出了盘古大模型5.0，智能家电品牌添可展示了与其合作的添可食万3.0Pro智能料理机，该产品利用AI技术实现了米其林级别烹饪效果。这款料理机具备8味自投料、智能温控和多种烹饪模式，能复制高级餐厅的菜品。与传统烹饪机器人不同，食万3.0Pro注重复杂烹饪步骤和个性化体验。添可借助数字化技术将烹饪过程标准化，创建了“食万·大厨技能包”和AI数字菜谱，以适应不同用户的口味。公司旨在通过AI和数字化解决中餐标准化问题，开拓千亿级市场，推动中餐行业的智能革命。

原文链接：<https://view.inews.qq.com/a/20240623A02PKM00>

20. 125亿大手笔投资医疗，海尔这步棋是什么走向？

关键词：海尔集团,上海莱士,大健康生态,血联网产业链,营收增长

概要：海尔集团已完成对上海莱士的战略入股，通过全资孙公司海盈康持有上海莱士20.00%的股份，加上基立福委托的6.58%表决权，海尔集团将控制上海莱士26.58%的表决权，成为其实控人。上海莱士成为海尔集团旗下“盈康一生”大健康生态品牌的一员，加强了海尔在血联网产业链的布局。海尔集团选择上海莱士的原因包括其在血液制品行业的领先地位、稳定的营收增长、大健康领域的发展潜力以及家电行业向医疗领域转型的趋势。此举符合国家“健康中国2030”规划，也为海尔开辟了新的增长路径。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0620/637155.shtml>

21. 三个格力才抵一个美的，“空调一哥”易位了？

关键词：空调行业,格力,美的,营收差距,多元化

概要：格力和美的长期争夺空调行业的领先地位，双方各有说法。尽管格力曾自称空调世界第一，但目前美的在营收上已接近格力的三倍，且在家用空调线上零售额份额上占据行业第一。2024年一季度，美的营收达1061.02亿元，而格力为363.64亿元。美的的多元化战略较为成功，涉及小家电、机器人自动化等多个领域，而格力的多元化尝试如手机、新能源汽车等并未取得显著成效。尽管美的在空调业务和总营收上领先，但格力的净利润保持稳定增长，两家公司的净利润差距不大。因此，“空调一哥”的争论尚未有定论，两家企业在发展理念和业务特色上各有优势。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0618/637012.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

22. 消息称蔚来重组智驾团队，用端到端大模型实现高阶智能驾驶

关键词：蔚来,智驾研发,团队调整,大模型团队,感知规控
概要：蔚来智驾研发部进行了架构调整，将感知和规控团队合并为大模型团队，由原感知团队负责人彭超领导，而集成团队重组为交付团队，整体仍由蔚来智能驾驶研发副总裁任少卿负责。任少卿提出放弃传统的“感知-决策-规控”范式，转向使用端到端大模型来实现高阶智能驾驶。目前蔚来智驾团队规模约为1500人，相比其他公司如华为、比亚迪、小鹏和理想的团队规模较小。此外，蔚来智能驾驶总用户数已达515811名，领航辅助总里程近10亿公里。

原文链接：<https://www.ithome.com/0/776/510.htm>

23. 商汤-W为加码AI拟配股筹资20亿港元

关键词：商汤-W,配售股份,募集资金,人工智能,大模型
概要：商汤-W宣布与配售代理签订协议，计划向至少六名承配人配售16.73亿股股份，占扩大后股本的4.76%，每股价格为1.20港元，较前一日收盘价折让约9.1%。预计配售将筹集约20.08亿港元，主要用于扩大商汤大装置规模、支持生成式人工智能发展和一般营运资金。此前，商汤-W已发布“日日新5.0大模型”，并计划在7月5日发布升级版。此外，商汤-W还将免费提供粤语大模型，以促进其在粤语区的应用。今年，商汤-W的生成式AI业务收入大幅增长，预计2024年占比将增至50%左右。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7138504.html>

24. 白电业务进入高速通道 小米生态即将神功大成？

关键词：小米,汽车,空调,冰箱,洗衣机
概要：小米汽车上市后，小米生态闭环得到完善，2024年预计年交付量达10万台。小米白电业务表现亮眼，空调在京东618活动中销量列第三，1-4月线上销量进入前三。冰箱和洗衣机业务同样增长迅速，一季度大家电收入增长46%，空调、冰箱、洗衣机出货量分别增长63%、52%和47%。小米通过组织架构调整强化白电业务，将空调与大家电整合为新部门。小米白电凭借价格优势和互联网模式驱动市场扩张，不过冰箱和洗衣机的产品质量及代工厂能力有待提升，未来需关注产品质量和服务体系的增强，以实现空冰洗套系联动和智能家居优势。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0617/636956.shtml>

25. 董明珠“入坑”光伏，格力要让电表倒转

关键词：董明珠,格力,太阳能,光伏,空调
概要：格力电器的掌门人董明珠在第十七届国际太阳能光伏与智慧能源大会上表示，制造业企业应首先考虑“利他”而非单纯追求盈利。她的言论引起了市场上的两种观点，一部分人赞赏其格局，另一部分人则质疑不赚钱的企业如何生存。格力在光伏大会上展示了其全球首创的“光储空”产品，这引发了对格力可能进军光伏领域的猜测。回顾历史，格力在2016年试图收购银隆新能源未果，但董明珠个人投资并最终在2021年通过司法拍卖获得银隆控股权，将其更名为格力钛，正式进入新能源赛道。格力钛目前面临亏损，正在尝试转型和多元化发展，包括在锂电领域和光伏领域的布局，以解决空调耗电问题并提供一体化解决方案。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0621/637283.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

26. 技术赋能智慧生活再进化，华为全屋智能将亮相HDC

关键词：全屋智能,华为,鸿蒙生态,AI康养,交互方式

概要：华为将在6月22日的华为开发者大会（HDC2024）上举办全屋智能分论坛，探讨全屋智能解决方案的升级和技术创新。近年来，随着AI和物联网技术的发展，全屋智能体验已显著提升，设备间的连接更加稳定，形成了统一的智慧生态系统。华为的鸿蒙生态为设备接入提供了统一平台，推动了全屋智能产业的进步。论坛将重点关注基于HarmonyOS的高级感与智能化创新，包括空间交互体验和十大系统的高级感设计。此外，华为还将展示AI康养解决方案的更多应用场景和鸿蒙Next版本带来的技术创新，如降低生态接入门槛的“0代码”能力。全屋智能正逐步实现电影中的智慧生活场景，华为在这一领域的探索值得期待。

原文链接：<https://view.inews.qq.com/a/20240620A0798V00>

27. 阿里字节百度暗中发力！AI硬件背后大模型盘点：个个深藏绝技

关键词：AI硬件,大模型,消费电子,手机,PC

概要：2024年被视为AI硬件的起始之年，各大科技公司如荣耀、小米、OPPO、vivo、华为、苹果和微软正加速推动AI大模型与硬件的整合。这些技术广泛应用于手机、PC和AR眼镜等产品，通过增强模型提升用户交互体验。例如，OPPO和vivo采用了字节跳动的豆包大模型来优化智能助手服务。手机制造商开始支持多个第三方大模型，如接入阿里通义、百度文心和字节豆包，华为和苹果则在自主研发的同时考虑引入外部AI资源。在PC市场，联想推出了自己的大模型解决方案，而英特尔和英伟达则升级了AI硬件。AI在可穿戴设备上的应用聚焦于交互和辅助功能。预计未来所有消费电子产品将内置AI，以提供更好的用户体验。

原文链接：<https://view.inews.qq.com/a/20240620A08QR600>

03

投资运营
Investment Operation

投资运营：

28. “哪吒改名”尘埃落定，靠什么重新定义品牌

关键词：新能源汽车,哪吒汽车,流量为王,品牌标签,销量下滑

概要：哪吒汽车决定保持其品牌名称不变，CEO张勇表示将继续使用哪吒品牌并重新诠释其内涵，尽管此前有关改名的讨论在网上引起广泛关注。哪吒汽车以中低端车型起家，2022年销量位居新势力首位，但2023年在向中高端市场转型时遭遇销量下滑。分析指出，哪吒汽车在高端市场面临品牌附加值不足的问题，而在低端市场则受到更多竞争。最近推出的哪吒L因精准定位和高性价比获得市场欢迎，订单超过3万台。流量的增加部分归功于周鸿祎的参与，但产品定位和市场需求的契合被认为是销量回暖的关键。

[原文链接](http://www.techweb.com.cn/it/2024-06-21/2946648.shtml)：http://www.techweb.com.cn/it/2024-06-21/2946648.shtml

04

产品技术
Product Technology

新品上市:

29. 风清、风雷、风顺，中国气象局发布三个 AI 气象大模型系统

关键词: AI气象模型,风清,风雷,风顺,预报天数
概要: 中国气象局推出了三个AI气象大模型系统: “风清”、“风雷”和“风顺”。其中, “风清”模型在10.5天的全球预报天数上超越欧美主流模型, 具有物理可解释性; “风雷”模型结合数据驱动和物理驱动, 提升了0至3小时的雷达回波预报能力, 强回波预报技巧提高25%, 能在3分钟内生成逐6分钟预报; 而“风顺”模型专注于15天以上的次季节-季节预测, 提供了未来60天的全球基本要素和极端事件的确定性和概率预报产品, 对全球降水预测有优势。这些模型标志着中国气象预报技术的创新与进步。

原文链接: <https://www.ithome.com/0/776/150.htm>

30. 海思 W610 开源鸿蒙智能穿戴解决方案发布，支持手表看视频、应用商店

关键词: 海思,W610,智能穿戴,解决方案,GPU
概要: 海思技术有限公司推出W610 OpenHarmony智能穿戴解决方案, 该方案在领为创新科技的LQ06和LQ09智能手表上实现商用。这个解决方案采用双CPU+GPU+DSP架构, 配备26Mb+128Mb存储, 支持AMOLED显示和高帧率操作。它具有低延迟视频解码和多种音源播放功能, 提供3D表盘、本地音乐和健身视频。方案集成了多种卫星定位系统, 并使用AI算法实现精确低功耗定位。还包括远距离拾音、降噪和离线语音识别。W610是首个支持OpenHarmony的穿戴开发平台, 兼容Native+JS双引擎, 支持应用安装和升级。领为的LQ系列智能手表已通过OpenHarmony认证, 具备支付、出行和导航等实用功能。

原文链接: <https://www.ithome.com/0/775/663.htm>

05

营销活动
Marketing Campaign

营销案例盘点：

31. 家电亮剑时刻！美的格力拼能源，海信TCL容声战欧洲杯

关键词：家电市场,以旧换新,补贴政策,欧洲杯营销,新能源领域

概要：中国家电市场竞争激烈，美的和格力在新能源领域展开角逐，海信、TCL等品牌借助欧洲杯进行体育营销。以旧换新政策成为刺激家电消费的关键，四川等地推出的补贴措施预计将推动市场出货。在线上零售市场，京东与天猫在618大促中竞争激烈，家电实体店面临挑战。美的能源业务全面发展，格力在新能源领域持续布局，海尔、TCL等也在该领域有所动作。此外，莱克投资新能源汽车零部件项目，海尔与行业机构合作制定冰箱嵌入式标准，提升用户体验。在服务方面，京东推出家电送装一体服务，提升消费体验。荣耀新款折叠手机MagicVFlip采用京东方的折叠屏技术，而射频美容仪因法规调整面临更严格监管。

原文链接：https://www.163.com/dy/article/J4QPPD450519828Q.html?spss=dy_author

32. 欧洲杯“头号玩家”海信建设全球一流公司和超级品牌

关键词：欧洲杯,海信,体育营销,赞助商,德国

概要：2024欧洲杯在德国慕尼黑开幕，吸引了包括海信、vivo、支付宝、比亚迪等五家中国赞助商的参与，显示出中国企业在家电、消费电子、移动支付和新能源汽车等多个领域的崛起和品牌影响力的增强。海信作为连续赞助世界顶级足球赛事的企业，通过体育营销策略加速全球化进程，提升了品牌知名度和市场份额。自2016年首次赞助欧洲杯以来，海信的海外品牌知名度显著提升，电视业务站稳全球第二，冰箱在多个海外市场也位居第一。此外，海信还为2024欧洲杯提供VAR显示技术支持，展示中国显示技术的实力。通过体育营销，海信不仅增强了品牌形象，还在技术和产品创新上不断投入，推动企业向世界一流迈进。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0616/636940.shtml>

33. 欧洲杯家庭短片抢“鲜”上映，容声冷柜为“爱”加油！

关键词：欧洲杯,容声冷柜,观赛热潮,健康冷柜,鲜魔方

概要：容声冷柜在2024欧洲杯期间推出了家庭系列短片，展现与家人共享足球盛宴的欢乐时刻。作为赛事官方指定冷柜，容声强调其健康冷柜理念。近年来，冷柜因其大容量、强冷冻能力和空间节省等特点，成为冰箱的理想搭档。针对球迷观赛时对新鲜小龙虾的需求，容声推出了鲜魔方系列冷柜，具备深冷速冻和全时除菌净化功能，能保持小龙虾等食材的新鲜度。此外，容声冰吧系列则专注于高端食材的存储。这些产品旨在满足用户观赛期间的美食需求，同时传递家庭温情，让足球成为家庭共同的爱好。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0621/637263.shtml>

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。