



东旭光电摘得照明业奥斯卡影帝 技术路线独树一帜

近日,2019 阿拉丁神灯奖颁奖典礼在广州国际照明展览会(光亚展)期间举行,东旭光电子公司明朔科技自主研发的“石墨烯散热 LED 灯管”在“道路和隧道照明”产品类别中凭借突出的独创性和技术先进性,以复审和终审第一的优异成绩夺冠。

据悉,“阿拉丁神灯”奖被誉为国内照明界的奥斯卡奖,今年的申报规模与评委团队再次升级,汇聚 11 个国家和地区共计 163 位评审委员,历经 200 天的甄选和评审,评选出最终获奖产品。

多次担任阿拉丁神灯奖终审委员的国立台湾科技大学教授萧弘清在回顾东旭光电旗下子公司明朔科技的获奖产品时表示,“以石墨烯材料的优异散热特性,设计精致简洁的造型,选用符合广大民众习惯的高光效、中低色温 LED 光源,全电压范围的适应性,选定 60W 以下的小功率等级,借由可直接替代的结构设计,特别适合于替换传统钠光灯的照明工程,可发挥优质道路照明品质及节电的效益。”

技术路线独树一帜

目前,路灯企业产品线主要分为矩阵式分散分布模组路灯及 COB 式模组路灯,矩阵式分散分布模组主要通过结构设计提升散热性能,利用导热支架使模组与灯壳连接,增加热量辐射面积以提升散热性能;COB 式模组路灯因为热量集中,除结构设计外,需要新的技术或材料的应用,才能保证散热效果。两种路线共同技术关键点是解决 LED 结温过高的问题。

东旭光电旗下子公司明朔科技运用自身的 RLCP 石墨烯复合材料散热技术,在专业的散热器结构基础上,分别运用石墨烯导热硅胶、石墨烯固液相变材料、石墨烯散热涂层,从“增加传导”、“储热均温”、“增加热辐射散热”三方面解决 COB 集成光源热集中度较高的问题,降低芯片的结温,从根本上解决集成光源光衰略大的问题。通过石墨烯散热技术解决 COB 热集中难点,在光效、配光、低色温、节能、智能化方面均有明显优势。

工业设计别具风格

从产业发展角度而言,蓝光芯片的光效逐年提升,LED 灯具正逐步向小型化、智能化方面发展;从用户体验角度而言,高压钠灯升级到 LED 路灯的节能改造既需要降低安装维护成本,更需提升安装的便捷性。

东旭光电的这款石墨烯散热 LED 灯管,其接口尺寸与高压钠灯基座尺寸一致,较传统的 LED 灯具,体积减小 4/5 以上,采用 IP68 快速接线端,免接线的设计能够在 30 秒内完成安装更换,使 LED 路灯节能替换变得像换灯泡一样便捷安全。

可以说,灯管形状的设计正是现阶段的技术水平下满足市场需求的成果。随着产业链上下游技术的不断升级,LED 灯管的功率将进一步提升,预计在 2020 年可达到 100W,可替换 250W 高压钠灯。

畅销海内外

相关数据显示,石墨烯散热 LED 照明系列产品已覆盖国内 30 个省、自治区、直辖市,在全国超过 80 个地级市行政区域、累计部署 30 多万盏石墨烯散热 LED 路灯,并以每年超过 50% 的速度增加。

该款产品在国内全面铺开销售的同时,还畅销海外市场。东旭光电旗下子公司明朔科技与日本大仓株式会社签署了独家代理合同及销售合同,授权大仓株式会社作为明朔科技四款石墨烯“超极灯”产品在日本、马来西亚、印度尼西亚、泰国、蒙古五国范围内的代理商。

今年 4 月,东旭光电商务考察团即对克罗地亚、波黑、塞尔维亚、黑山等东欧国家进行了访问。东旭光电旗下子公司明朔科技凭借独具的创新性和产业化应用成果,获得了东欧合作伙伴的认可,并签订了谅解备忘录,双方将在克罗地亚合作成立合资公司,全面开拓克罗地亚、波黑、塞尔维亚、斯洛文尼亚等国市场,并保证每年不低于 10000 盏的 LED 路灯销售量。

据悉,东旭光电是中国石墨烯产业化应用的领军企业,构建了石墨烯锂离子电池、石墨烯电采暖、石墨烯节能照明及石墨烯防腐涂料四大序列产品,并在多个领域填补了国内外石墨烯应用的空白。2019 年,东旭光电成为英国曼切斯特大学石墨烯工程创新中心(GEIC)首家中国一级企业会员,并成功进驻 GECI 实验室,利用全球顶尖实验设备加速推进石墨烯关键技术研发。随着相关关键技术成果落地应用,石墨烯板块有望保持强势增长势头并为上市公司贡献可观利润。(王雯)

伊川农商银行咱老百姓自己的银行

伊川农商银行喜获“社会扶贫先进单位”荣誉

6 月 11 日,记者从河南省伊川县召开的“巩固脱贫成果“五星支部”创建暨乡村振兴工作推进会”上获悉,伊川农商银行被授予“社会扶贫先进单位”。

据了解,伊川农商银行属于股份制银行,为地方建设做出了突出贡献,在脱贫攻坚战中,该县 9 家银行机构该行发放扶贫贷款金额和笔数每月都位居首位。至 5 月底,该行累计发放各类金融扶贫贷款 1719 笔,金额 14.5 亿元,共计带动贫困户脱贫 14100 余人。

除此之外,该行紧紧围绕县委县政府决策部署,以助力发展地方经济为己任,以服务民营和小微为抓手,以支持实体经济发展为重

点,主动出击,多措并举,用活政策;通过对行业龙头的支持,带动相关产业的蓬勃发展,繁荣了县域经济,富裕了人民生活。通过对特色产业的重点支持,带动辖内特色优秀民营和小微企业的稳步健康发展,支持了精准扶贫,为乡村经济发展注入了新的活力;通过精心帮扶优质民营企业,做大做强品牌效应,促进了产业结构升级,起到了“支持一个、带动一片”的良好效应。

在“三夏”工作中,作为土生土长的区域性银行,伊川农商银行更是“真金白银”支持辖内“三夏”工作,甘做百姓“贴心人”,为乡村振兴注入活力。

伊川农商银行董事长康凤利对记者说,“‘三夏’是农民的希望,更是乡村振兴的保障,在关键节点,银行党委全体动员到田间地头为群众‘三夏’生产保驾护航,‘三夏’以来,我行已累计投放信贷资金 4.6 亿元,对农资经营商户、粮食收购商、农业专业合作社等精准提供信贷资金帮扶,保证了“三夏”期间各种农资供应充足,农户种收有保障”。

该行扶贫工作取得的成绩,得到了县委县政府及社会各界的肯定和赞扬,该县老百姓交口称赞“伊川农商银行不愧为咱老百姓自己的银行”。

(本报记者 罗红耀)



优酷发布锦绣计划 六家头部网络电影公司首批加盟



部单片付费的网络电影。越来越多的网络电影新玩法正在成为平台和片方共同探索的方向。

此次上影节论坛上,优酷宣布联合磨铁推出“季播电影”模式。季播电影借鉴剧集“播出季”的概念,每季系列 3—5 部,单部 70—90 分钟,内容独立、风格一致。在制作水准和演员配置上,季播电影将看齐院线电影,提升品质。优酷对于优质季播电影将给予扶植,同时依托阿里经济资源,为季播电影带来更多商业化可能。

最快月度结款 持续升级基础服务

阿里大文娱优酷内容开放平台内容商业中心总经理谷芳芳在现场介绍了未来优酷开放平台的新计划,把原有季度结款改成月度结款、推出商业化服务产品“有酷”成最大亮点。为了让片方能够尽早收到分账款,优酷通过技术手段进行提效,将回款缩短至一个月。未来“速回宝”将把回款功能前置,让片方在拍摄项目时即可享受相关贷款服务,保证健康的资金流。

优酷内容开放平台在网络电影的内容商业化上也做出了良好的尝试。《小镇车神》同款螺蛳粉通过“有酷”产品,在不打断用户观影的前提下实现“一键加购”,并依托阿里生态体系,在饿了么、口碑等多个平台展开联动,跑通了从内容到电商的通路。未来“有酷”将前置到网络电影的筹备、拍摄过程中,为片方深度定制商业化方案,拓展收入来源。

灯塔助力网络电影精细化营销

阿里影业去年推出的一站式宣发平台灯塔,围绕着宣发可视化和多渠道资源打通,走出了一条科学的电影宣发路径,共服务项目 162 个,助推《我不是药神》、《西虹市首富》、《无双》、《流浪地球》、《绿皮书》等影片成为头部爆款。未来,灯塔的精细化营销能力也将接入网络电影领域,提升优酷网络电影合作伙伴的宣发效率。

阿里巴巴影业集团灯塔平台总经理袁娟现场展示了基于灯塔数据的“网络电影票房动力学研究”,解构从预告片播放到观众预约,从首周播放到互动指数的宣发环节,指出

60—70 秒预告片最有效,并提醒片方关注“第 12 秒的观众流失第二高峰”。据介绍,灯塔将提供包括试映会、物料建议、效果监测在内的全方位服务,搭建投放工具,建立量化指标,为网络电影项目保驾护航。

阿里大文娱优酷内容开放平台总经理梁洁表示,网络电影发展至今,平台方和片方必须持续把产业做的更有商业价值,更有用户底蕴。优酷将开放更多数据能力,同片方共同找到有效用户人群。

阿里大文娱电影业务负责人、优酷电影总经理李捷表示:“院线电影的播出端是在线下影院,导致它对用户的线上触达只能在购票交易和观影决策环节环节完成,这就是为什么淘票票成为了宣发的关键节点,但在网络电影,优酷就是天然的播放和用户触达平台,通过优酷开放平台和灯塔会从用户数据、营销数据两个维度给优酷合作伙伴提供强而有力的支持。”他认为,网络电影分账以及点播模式是比剧、综更为健康的“多劳多得,为优质内容买单”的商业模式,未来会真正迈向院线电影模式的 2C 模式。(宗和)

苏宁携三大智慧板块惊艳亮相 技术引领智慧零售新发展



一年一度的亚洲消费电子展(CES Asia)近日在上海正式拉开帷幕。今年的 CES Asia 不仅规模更大、展商更多,自动驾驶、人工智能、科技零售、智能家居、虚拟现实及 5G 也正式从概念迈向产业融合协同的应用落地阶段。作为 CES 常客苏宁在本次 CES Asia 展现出非凡的科技实力,同时,围绕“技术引领智慧零售新十年发展”与“智能家居科技生态”等方面,苏宁与众行业人士深入沟通,而与其刚刚拿下 5G 商用牌照的联通成立 5G 智慧零售实验室也吸引了业界的广泛关注。

苏宁科技集团常务副总裁荆伟表示,技术+商业才能实现技术在产业化中的落地场景,实现商业价值的放大和成本收益的提升;苏宁作为科技零售的实践者和受益者,希望把自己的管理以及零售运营等核心能力输出到更大的舞台;苏宁愿意用更加开放的心态,在运营、管理等方面对生态企业开放。

去年 9 月,苏宁智能终端公司首次对外发布了智能大脑 Biu OS,并将开放智能模块、OS 系统和 IOT 标准协议。经过近一年的落地实践,苏宁目前拥有着丰富的自主终端产品小 Biu 系列,Biu OS 已涵盖了智能家居、智慧健康等多个场景。在 BiuOS 的赋能下,跨品牌的产品将更多的创新技术纵深应用到各

大场景,实现了终端皆入口的新生态,描绘出一个更加智慧的生活家居体验方式,一举打破了智能家居行业单品智能的困局,提升了智能化体验。而作为中国领先的 O2O 智慧零售商,零售科技创新也是苏宁创新成果最为密集的板块。尤其在智慧零售模式的引领下,苏宁目前形成了线上智能化、门店数字化、物流智慧化及金融科技相融合的智慧商业形

态。在其展示的数字化门店解决方案中,如 Style wall、称重货架、摘机系统、商品热力、轨迹热力等创新产品及解决方案,成为零售行业实现线上线下融合构建场景互联的创新样本,也为零售行业的数字化转型创造了新一轮的红利。

显然,这一系列引领行业的解决方案与黑科技产品无疑让外界看到了在智慧零售生

态体系中爆发出的强大创新能力,快速地落地应用也再次印证了基于真实需求场景的反向创新能力的重要性。

除了各类技术创新的展示之外,苏宁不仅针对中小微零售痛点,发布了零售云开放平台;提出了数字化门店的苏宁解决方案,倡导行业伙伴一起来定义中国全场景数字化门店标准;并在踏入 5G 中国商业元年之际,提出零售业的五新发展理念,和行业伙伴共同探讨技术变革引领未来行业发展路径。

“苏宁在过去 30 年,不仅建立了自己的采购、供应链、销售、门店运营等核心商业能力,更实现了 IT、管理、商品、供应链的平台化,并已经形成了强大的数字化运营能力。”荆伟在 CES Asia 2019 首日的“技术引领智慧零售新十年发展”发布会中表示,“全渠道多场景布局的优势,也为苏宁的技术创新奠定了基础,苏宁也愿意将智慧零售的全套能力和生态伙伴分享。”

而在人工智能和物联网飞速发展的今天,智能家居市场爆发也已指日可待,众多企业看到了新的增长点。在展会期间,苏宁还表示将进一步加强 Biu OS 生态的开放赋能能力,完善苏宁 BiuOS 生态的智慧能力,来服务生态合作伙伴应对未来的发展。(汪闻)

寻找市场蓝海 金科酒店布局多业态

逾十年发展开拓,金科酒店管理公司取得了令人瞩目的经营业绩,也拥有了多年沉淀下的成功管理经验,形成了深受国内、国际同业尊重和赞誉的管理风格与“金科酒店”品牌。近日,金科酒店管理公司与武隆区内一酒店达成品牌输出协议,共同打造武陵荣融金科大酒店。本次签约意味着金科酒店管理公司在打造全方位旅游服务商、品牌力输出等发展战略方面取得了较好的成绩。

截至 2019 年 5 月,金科酒店管理公司旗下的酒店项目共计 30 个,其中管理项目 10 个,筹建项目 17 个,服务项目 3 个。品牌涵盖

高星级全服务酒店、标准有限服务酒店、特色度假酒店、精选酒店等多个系列。同时,金科酒店管理公司还将寻找市场蓝海与客群痛点、痒点作为公司要务之一,通过结合大数据收集、客源案例分析,运用“金辰会”会员运营集成体系,推出惠住客户服务提升计划、智能客房服务、亲子旅游度假计划、综合预订中心等多个满足宾客实际需求的创新解决方案,并得到了客户的一致好评。

此外,由金科酒店管理公司创立、运营的多个子品牌也逐渐走上了良性运营的道路:自 2018 年开启子品牌“金科土火锅”的对外

招商加盟以来,目前已有 3 家加盟商与金科酒店管理公司达成协议,另还有十余家意向客户正在进行接触。“金科良品”作为金科酒店管理公司旗下的递延产品系列,经过近两年来的不断推广和普及,也在酒店客户群体中赢得了良好口碑。

一直以来,金科酒店管理公司将追寻经济发展热点区域作为制定未来发展战略的风向标。随着国内旅游热潮的不断升高所带来的正面经济影响开始逐渐显现,金科酒店管理公司将在酒店品牌推广及打造旅游目的地精品项目方面持续发力,以打造全方位旅游

服务商为目标,积极布局长江经济旅游带、高铁热门路线区域,在稳固重庆大本营的同时,寻求多元品牌协同发展的良好契机。

据悉,金科酒店管理公司将一如既往地专注于品牌多元化发展,通过覆盖中高端商务及旅游度假市场,形成消费群体中坚力量;同时深耕市场动态,对 O2O 公寓、野奢酒店等新兴领域,以及更多的蓝海市场保持持续关注,寻求更多的发展渠道。最终,金科酒店管理公司将力求实现产品服务、资源供给、资讯共享的完整酒店产业生态闭环,为金科酒店品牌打造出更具活力的强大核心竞争力。(中访网)