海南日报

专刊热线/13976668311 66810510
电子邮箱/812549160@qq.com

IT·家电业界最佳载体
IT·JIADIANZHOUKAN
IT·家电周刊
每周五出版

B7

IT·家电工作室主编
值班主任/陈湘宁 主编/尹红丽
责编/肖师明 李少荣 美编/何子利
2009年 11 月 13 日 星期五

今年有望占据全球手机市场份额超过三成的低价中国山寨手机，海外扩张步伐开始遇到阻力。

最近一个月，深圳的丁云峰(化名)都在郁闷中度过。因为从 10 月开始，他手机公司的海外销量不明不白地下滑了近 50%。而且出现销量下滑的不止一个海外区域，而是同时出现。丁云峰公司的手机销量原来在中东地区排名前三，去年还从中东市场扩展到印度、南美和非洲等地区。

中国山寨手机欧洲遭罚
一个机身码收 2000 美元

欧洲设备型号认证中心对中国手机厂家进行惩罚性收费，每一机型的 IMEI 码收费 2000 美元

本报综合消息 “不仅新开发的印度市场出现问题，就连原本销量最好的中东市场也出问题了。”丁云峰透露，之前手机厂家申请 IMEI 码(俗称“手机机身码”)是免费的，但从 10 月开始，GSM 联盟组织授权的中立发证机构——欧洲设备型号认证中心开始对中国手机厂家实施惩罚性收费，只要是中国手机厂家出厂的手机，每个机型的 IMEI 码的申请费用高达 2000 美元。丁云峰的说法也得到了国内品牌手机厂家高层的证实。

而更值得关注的是，GSM 联盟正是由这些国际手机巨头所组成的。

海外扩张受阻

“印度电信商停止没有 IMEI 码手机入网事件，其实并不是一次偶然事件。”丁云峰称，以诺基亚、三星、LG 为首的国际手机巨头正在世界各国，特别是新兴市场对中国手机厂家设立非贸易壁垒，通过技术标准、标签和认证制度、检验手机等方式对产于中国的手机出口进行限制。

而在今年 6 月，印度对外贸易总局局长曾公开对外表示，将对进口手机进行更加严格的质量限制，凡是没有 IMEI 码的手机都不得在印度销售。到 10 月，欧洲设备型号认证中心即开始对中国手机厂家进行惩罚性收费。一连串事件，似乎是国际手机大厂的预谋，但诺基亚、LG 等公司并未对此作出回应。

据韩国媒体报道，今年 9 月底，LG 电子在当地聘用的一名雇员与深圳市工商行政管理局 5 名职员一起，在广东省深圳市宝安区石岩石龙仔工业区突袭了山寨生产工厂，因为该工厂生产的手机产品仿造了 LG 电子今年推出的“透明手机”。

“其实国际手机巨头就是想造成中国山寨机都是‘高仿机’的假象。”另一家山寨机厂家负责人就此表示，其实高仿机根本不代表中国山寨机，也不是山寨机的主流，只占中国山寨机很小的份额，而且在中国山寨机群中是被唾弃的。

深圳手机厂家也在抵制高仿机，高仿机生产厂家和从业人员完全是害群之马，破坏了中国手机的国际形象。“一粒耗子屎坏了一锅汤。”上述厂家负责人说。

也有国内品牌手机厂家高层向 CBN 透露，目前中国山寨手机在中东市场的集散地迪拜，也放出风声要查抄中国山寨机，包括埃及在内的中东国家都在提高标准，加强海关执法力度，严防从迪拜中转过来的手机，“原来直接请人背过海关，现在就不行了”。

“最近中国手机在巴西的销量下滑很快。”上述高层透露，南美正积极打击毒品走私，但不知为何中国手机也被列入打击名单。因为有相当一部分中国山寨机是通过走私渠道流入南美市场的。

树大招风？

市场调查研究公司 iSuppli 最新数据显示，中国山寨手机产量从去年的 1.01 亿部增加到今年的 1.45 亿部，增幅达 44%。iSuppli 预计，中国山寨手机出口从去年的 6000 万部，将会猛增到今年的 1.1 亿部。

其实 iSuppli 数据还有些保守。就拿印度手机市场为例，从今年开始，印度手机市场每月的新增手机用户数量 1500 万以上。天宇朗通 GSM 事业部总经理卢伟冰和康佳通信海外营销部总经理范东华也多次透露，印度手机市场格局正在迅速被改变，诺基亚的市场份额正在逐步缩小，中国手机在印度市场近几个月的销量比重已占到了 30%~40%左右。

而第三方数据显示，截至 2008 年底，印度 GSM 手机用户共有 2.58 亿户，CDMA 用户为 8865 万户。而在 2008 年前，诺基亚占印度手机市场的份额高达 65%以上，而摩托罗拉、索尼爱立信、三星、LG 和中国手机占比均未超过 15%。

除了印度市场外，跨国运营商手机定制量也因金融风暴影响，而大幅减少。相反，擅长社会销售渠道的中国手机在这个此消彼长的市场中，成功蚕食了以诺基亚、三星、LG、摩托罗拉和索尼爱立信等国际手机巨头的市场份额，逆市上扬。

8 月，台湾联发科(MTK)总经理谢清江公开表示，由于大陆与新兴市场的需求旺盛，今年 MTK 手机芯片出货目标已经从 2.5 亿片调高到 3 亿片，其中外销比重已提升到 40%~45%。

上述数据说明中国手机已经逐步成为海外市场的主流，因为 MTK 芯片 90%以上手机芯片都是出货给大陆手机厂家。如果按照 MTK 今年手机芯片出货 3 亿片，加上中兴和华为今年手机出货目标估算，中国手机应该可占到全球手机市场份额超过 30%，并接近 40%，因为中兴和华为的手机出货量中，还有相当一部分是 CDMA 手机。

相反，国际手机巨头的日子却越来越难过。11 月初，诺基亚报出了 13 年来的首次季度亏损，亏损额度高达 5.59 亿欧元。而摩托罗拉也不得不放下身段来学习中国山寨机。

11 月 3 日，TCL 集团(000100.SZ)和 TCL 通讯(02618.HK)同时发布公告称，TCL 通讯将向原股东配售股份，每两股现有股份可配售一股，配股价为每股 1.00 港元。预计最低可募资约 3.58 亿港元，主要用于发展 ODM 业务。

显然，TCL 通讯的举动与承接摩托罗拉的 ODM 订单有着必然的关系。丁云峰指出，诺基亚和摩托罗拉已经不能容忍其低端手机只占市场份额，而不赚钱甚至亏钱的事实，这一切都是低价中国山寨机的打压结果。

中国冰箱市场销售排名

品牌将呈现两极分化

本报综合消息 据外媒报道显示，国内统计机构中怡康监测的 2008 年 9 月至 2009 年 9 月最新的城市冰箱市场销售数据：从零售额看，占据行业前三位的分别是海尔 25.61%、西门子 14.98%、美菱 8.14%；从零售量看，海尔 25.48%，西门子 11.02%，美菱 10.3%。

从数据上看，海尔冰箱依然以绝对的优势蝉联第一，同时，海尔冰箱的销额与销量基本持平，分析人士认为，海尔冰箱是国内冰箱行业国际化程度最高的品牌，所以，对于注重品牌与实惠的消费者会首先选择海尔；西门子的销额比销量高出 3.96%，这说明虽然已经国产，但靠欧洲品牌形象，消费者依然要支付品牌溢价。

在城市市场，排名第三的美菱冰箱销售额低于销量，说明美菱在城市市场主要在低端徘徊。值得一提的是，美的以 5.78%的销售额占比排名第八，但销量却以 7.34%排名第六，“量大额不高”是美的的一贯表现。不过，美的在农村市场销量要高过美菱，这主要由于美的旗下拥有华凌、荣事达、小天鹅、雪尔等三线品牌，靠“价格战”抢攻农村市场的结果。业内专家对美的的发展模式表示担忧：美的主要市场还在农村，而要想建立“美的品牌”，美的需要学习一线品牌在一二级市场的竞争模式，才有望真正做大。

从份额上看，中国冰箱行业只有海尔超过 20%，西门子超过 10%，美菱单项超过 10%，其它品牌无论是销售额还是销量，都在 10%以下。份额占比都没有超过 10%。

从品牌竞争看，西门子最大的对手是海尔冰箱。海尔冰箱坚持全球化战略，通过欧美平台研发出了卡萨帝系列冰箱，使自己领先行业发展趋势，并被 GE、利勃海尔等欧美冰箱品牌跟进。而西门子一直在 0 度保鲜技术上进行突破，从而缩小与海尔冰箱的距离。然而，从排名看，消费者的品牌选择方向仍然集中在海尔冰箱上，不过，排名第二的西门子销售有提升，逐渐拉大与其它品牌的距离，而其它品牌之间的销售份额差别不大。这个销售排名显示，城市冰箱市场将呈现两极分化式发展。

作为外来品牌，三星因为“爆炸门”已经成为行业的聚焦点，三星对待“爆炸门”的处理态度，让中国“崇洋”群体一下子体验到外来品牌不负责的态度。特别是在洋品牌先后曝出“质量门”、“贿赂门”、“翻新门”之后，行业已经发出“洋品牌不等于洋质量”的质疑。

专家认为，随着消费市场的日趋成熟，中国市场将呈现出两极化的趋势：城市市场对冰箱的要求更侧重于时尚、科技、美观、创新、高价；而农村市场对冰箱的要求更侧重于实用、大方、低价等因素，处于中间的消费者群体将逐渐缩小，因此，对于中国冰箱品牌而言，必须面对这两部分群体去创新，才能持续发展。

液晶面板市场

将供过于求

本报综合消息 国内庞大的面板下游市场需求，吸引着日、韩及中国台湾企业进入建立面板生产线，近些年来国内掀起了高世代面板生产线的建设热潮。

日前，LG8.5 代线液晶面板项目正式落户广州，深超科技欲在深圳投资 8.5 代线，而南京中电熊猫也与夏普达成合作协议，购买了后者在龟尾的 6 代面板生产线，加上近期北京宣布要建设第 8 代 TFT-LCD 液晶面板生产线，这些项目初步统计投资总额将超过 1000 亿元。

如果这些面板生产线全部建成投产，虽然未来几年中国液晶电视行业将维持高速增长，但液晶面板市场届时将不可避免地出现供过于求。

在 8 代面板线投资热潮之前，全球大尺寸液晶面板市场主要由韩国、日本以及中国台湾地区的面板厂商所掌控。据 DisplaySearch 数据显示，液晶面板价格在 10 月初开始松动，26 英寸到 46 英寸全尺寸液晶面板价格出现了 5~10 美元的下调。其中 32 英寸下跌幅度较小，平均约 5 美元；46 英寸液晶面板下调则达到了 10 美元。这是今年 2 月以来的首次下跌。分析显示，液晶面板进入周期性调整的信号可能已经凸现。

从未来国内面板供需形势来看，需求方面将继续保持旺盛势头，今年二季度液晶电视产量占彩电行业比重已达 70.5%，预料 2011 年到 2012 年我国将成为全球最大的液晶电视市场。但从面板供应方来看，一方面国内新增的 8 代面板线将带来巨大产能，新建的几个项目的月产能可达 36 万片；另一方面，境外厂商还将供应大量面板。这些因素使得面板厂商间的竞争将日趋激烈，二到三年后大陆液晶面板市场将供过于求。

随着液晶面板及上游玻璃基板的开工率恢复，液晶面板的周期性调整可能已经来临。而依据往年规律及如今的价格下浮表现，后期价格继续大规模上浮的可能性已经不大。长远来看，随着京东方合肥、北京、龙腾、广州 LGD、南京夏普等多条 6 代、8 代、8.5 代线 2011~2012 年投产，全球液晶面板的价格趋势将是整体下行的，供不应求的局面将得到彻底改变。

美都家电 美誉 美名 美好生活

美都家电做为本土传统优秀大型的家电零售批发企业，以“顾客利益高于一切”的经营理念，致力于为海南人民提供优质的家电商品，并为厂商建立公平竞争的商业平台。

诚信经营一直是美都家电董事长秉承的经营原则，公司上下坚持以顾客为中心，维护顾客利益始终围绕着经营的全过程。

对顾客诚信

今年初，美都家电在“八大服务承诺”内容的基础上，将服务升级，推出全新的“五星级服务”承诺，即 30 天退换货不问理由、海南省内免费送货、空调 10 年 8 免服务、专业销售顾问、以旧换新等，以全新的服务理念及服务思想来为顾客提供优质、周到、舒适的服务。拥有近 200 名专业技术人员的售后安装维修队伍、24 小时的服务热线、近 20 辆现场送货运输车，为及时、高效、高质量的服务奠定了技术和设施保障。通过完善服务设施及更新服务理念，美都的服务质量不断得到提高，以诚信赢得口碑、赢得赞誉、获得认可。因此先后荣获海南省消委会“推荐诚信单位”、海南省商业信用管理服务中心的“商业信用认证 AAA”级别认证、海南知名品牌管理委员会颁发的“最具影响力的海南知名专业市场”等荣誉称号。

对品牌诚信

美都家电经过多年的经营，销售取得了长足的发展，而各品牌也在与美都家电的友好合作中也赢得了市场，并与其建立了非常的战略合作伙伴关系。LG、美的、格兰仕、格力、容声、海尔、康宝、创维、海信、厦华、华帝、索尼、松下、老板、万家乐等品牌，与美都家电携手并进，共谋发展，在美都家电不但专柜位置好、形象新，销售更是芝麻开花，一年比一年高。

美都家电与厂商的真诚合作，获得了厂商的肯定与认同，荣获创维电视“最佳战略伙伴奖”、格力空调“项目开拓奖”、万家乐“战略合作经销商”、美的“最佳年度进步奖”等等。

显示如纸不伤眼 好书一本胜万本

汉王电纸书：备受推崇的科技、文化礼品！

日前，在全球最大的图书博览会德国法兰克福书展上，汉王电纸书一经亮相就受到热烈追捧。在“2009 中国软件产业创新高峰会”上，汉王电纸书也喜获 10 大创新软件产品奖。据调查数据，汉王电纸书已成为各种节日及社交场合送礼的最佳选择！

显示如纸 绿色护眼

采用电子墨水技术，显示效果如同宣纸、无辐射，不伤眼，真正实现绿色阅读；低功耗，一次充电待机 15 天；字体大小可随需缩放！

海量典藏 畅读无限

随机预装 1000 本正版图书，内容涉及古今中外、名家名作、经管社科、人物传记等，网上无限下载更新；强大的翻译功能，让英文原著也畅读无阻！

智能手写 检索快捷

采用智能手写识别技术，可直接在内容上批注，并识别成标准文档储存；支持关键字检索功能，查询快捷！

小巧便携 移动书房

整机仅重 195 克，轻巧便携，无论商务旅行，还是候车坐车，轻松打发琐碎时间，随时学习充电，堪称移动书房！

时尚环保 科技好礼

整体品质精工细作，兼具时尚特色和文化内涵，是节日和社交场合送礼佳品，无论送客户送朋友，还是送领导师长，一定会让他们爱不释手！

汉王 Hanvon

咨询：0898—66517586 66501220
400-810-8816
地址：海口海秀大道 DC 商业城 2006 号

手机软件可通过咳嗽声诊断疾病

本报综合消息 感觉身体有些不舒服？对着你的手机咳嗽一下就可以进行快速诊断，这并非白日做梦。一家叫做 STAR 的科研公司正 在开发一种软件，该软件可以通过分析咳嗽的声音来判断出是普通感冒、流感或肺炎等其它呼吸道疾病。此外，该软件还可以通过分析咳嗽的干湿程度来确定病人需 要止咳药还是去看医生。

把你的头转向手机

STAR 公司的美国和澳大利亚科学家已经从盖茨基金会那里得到了 10 万美元的经费，用于为发展中国家开发咳嗽分析软件。尽管这些欠发达国家经济落后，但是手机应用一点也不少，比如早期预警、手机支付和健康警报等应用软件。这些国家现在急需一款可以诊断疾病的手机软件。

这款诊断软件的工作原理是，把手机用户的咳嗽和一个咳嗽数据库(和各种呼吸道疾病有关)进行对比。数据库中的咳嗽根据年龄、性别、体重等因素分成不同类别。

在普通人听来，大部分咳嗽没什么区别，可是来自《发现》网站的一篇文章称，专业医生(或这款软件)可以从病人咳嗽中听出各种门道，进而确定感冒的类型和严重程度，甚至还可以分辨出咳嗽声音的响度。

目前这款软件只是一个计算机应用，但科学家打算把它重新编写称一个手机软件。

这款手机软件具体发布日期尚不清楚，但科学家需要收集 1000 个咳嗽样本之后才能建立起咳嗽数据库。如果该软件开发成功，将给人类健康带来深远的影响。

联通 iPhone 凭什么热销系列之：

iPhone 不单纯的时尚标签

诺基亚 3310 奠定了直板手机在手机设计领域的统治地位，摩托罗拉 V998 让折叠成为手机设计的另一主流……面对这些几乎难以逾越的经典，iPhone 在新世纪带给移动通信和手机设计领域的震撼不只是大屏和触摸设计。和经典相比，诞生于通信市场趋于饱和、手机设计黔驴技穷的 2007 年，iPhone 的颠覆性和影响力是几乎“难以完成”的任务，正如科比·布莱恩特在肉搏式的防守中得到 81 分，难度要远远大于威尔特·张伯伦在 NBA 防守几乎为零的 1962 年拿下单场 100 分。

除了贯穿苹果品牌每一寸肌肤的先锋气质，大屏触摸带来的震撼设计，iPhone 的时尚标签身份，并不那么单纯。iPhone 之后，手机设计的主流只剩下两种：以 iPhone 为代表的大屏纯触摸手机，其他手机。在这个让无数国际品牌折戟沉沙的市场上，时尚花瓶所掀起的风浪不会如此深远。

Touch，一触倾心

触摸屏在手机上的应用比彩色屏幕还要久远，但直到 2007 年，触摸屏还不是主流设计——一方面，大面积手机屏幕带来的成本压力并非人人所能承受；另一方面，触摸屏若有似无的手感很多时候并不比传统物理按键更有效率；而 iPhone 则几乎完全抛弃了物理按键，这是一个大胆的尝试，但它取得了空前的成功。

电阻式触摸和电容式触摸技术，一字之差，代表了手机触摸的不同时代。初次使用 iPhone 的人，首先是被其简单到华丽的外形所吸引，而操作的第一反应则也是颠覆性的：在没有物理按键键程手感的触摸屏上，享受着畅快淋漓的操作体验。从“按”到“触”，两种技术的操作特点，所带来的操作体验却是天壤之别。

客观的说，电容式触摸屏幕手机并非是 iPhone 首创，而以设计和制作工艺为本的苹果，却将手机触摸的市场价值发挥到了极致——以至于初代 iPhone 的出现，扭转了整个手机市场的设计趋势，从此触摸大屏设计几乎成为每个厂商旗舰手机的设计教科书。

有了 3G，手机上能实现更丰富的应用功能，而触摸技术的提升，则带来更多不可思议的操控体验。尤其对于追求颠覆设计的苹果来说，创新设计成为同时保证惊俗外形和日常操控的杀手锏：根据手指滑动力度和速度滚动联系人、短信和通话记录等菜单，手指离开屏幕后还能像日常生活中的惯性一样继续滚动项目并慢慢停下；Multi-Touch(多点触控)技术，能够实现更多直观操控，例如两根手指在屏幕上外扩就能实现图片的放大、双手同时操作文字输入等等。

Play，随心所欲

需要说明的是，iPhone 的电容式屏幕只能通过手指等导电体的触摸才能正常操作——这不仅意味着手机用户不再频繁补购手写笔，更代表着人机一体的通信时代的开始。

手写笔的退隐，人机交流从此通畅，在 iPhone 舞台般视觉效果的屏幕上，由手指触摸菜单，直接促成的心里感觉隐去了手机工具的生硬属性；较少但精致的手势和动作操作的运用，带来快捷和炫酷的操作感；而相比传统手机生硬摆放在桌面上和写在说明书里的功能，iPhone 的细节设计则让各种功能“恰好”出现在适当的地方，而除了手机的常用功能，在特定的时候，你也会发现某个角落里被遗忘的功能也能轻易查找到，并且具体功能的细节设计也能让生活中的使用得到适应的满足。

例如 iPhone 3GS 的即拍即剪摄像机，没有可以媲美 iBook 的图形处理功能，但能够随意在手机上完成最需要的视频剪辑功能，轻松同步电脑或者发送到移动互联网——用最简便的操作实现最需求的功能，正是在冷冰冰的参数表上并没有一枝独秀的 iPhone 让使用者感觉更人性、强大和拥有思想的核心原因。

另一方面，保持旗下产品统一气质和风格的苹果公司，在 iPhone 的设计上更多使用了多产品融合的思维，精简版 OS X 操作系统、iPod、Safari 浏览器，在 iPhone 上，能体验到数字音乐、移动互联网和各种功能的成熟应用——当然包括已经经历了许久市场考验的技术和细节设计。

在时尚表皮下，iPhone 所展现出的并非是不可玩味和深究的内核，事实上好的细节设计会带来如额外礼遇般的体验。在有些冷峻的时尚气质下，iPhone 却有着柔软的细腻，它不是单纯的时尚标签，就像标志性的 Touch 操控一下，感触，才可品味。

UFIDA 用友

用友 ERP-U8、U9、NC 满足不同企业管理需要。
用友企业管理软件——中国企业转型升级加速器。
用友软件海南分公司 海口市国贸路 1 号景瑞大厦 A 座 9 楼 咨询热线:0898-66758606

金蝶 ERP

金蝶国际上市公司(股票代码：02683)，中国软件产业领导厂商，为全球超过60万家企业和政府组织成功提供了管理咨询和信息化服务，连续4年被IDC评为中国中小企业ERP厂商市场第一名！

Kingdee 金蝶海口分公司 海口市大同路38号财富中心703 咨询热线：0898-66502285

IT·家电周刊
IT·家电业界最佳载体
专刊热线 6681051013976668311
电子邮箱 812549160@qq.com