

## 智能化来袭

### 彩电业关联消费成新蛋糕

眼下,一股智能化热潮,正在从手机、平板电脑、高清播放器等IT产品,向彩电、空调等传统家电产品袭来。  
自去年以来,TCL、康佳、海信、长虹等企业纷纷发力互联网电视。今年,随着三网融合政策的试点,国内产业环境趋于成熟,电视智能化所需要的操作系统、控制芯片等配套产业的成熟和完善,互联网电视向智能电视升级大幕已全面拉开。

据了解,TCL还在互联网智能电视上融入了3D、LED等多项硬件显示技术,直接提升了与外资企业在平板电视市场竞争中的软实力。海信智能电视则涵盖了由海信宽带多媒体公司的网络技术、海信传媒网络的后台运营和平台管理技术以及海信移动技术基于Android系统软件开发能力构建的生态系统,形成了“一体三翼”的市场格局。

#### 市场竞争转战价值

发力互联网智能电视,被认为是中国彩电企业构建自身竞争的重要一环。据了解,近两年来中外企业围绕国内平板电视市场的争夺战异常激烈,特别是外资企业频频发力价格战,将国内平板电视市场带入了薄利时代。

今年“十一”期间,国内平板市场再度呈现出中外企业的价格恶战。不过,与往年相比,今年国内企业的价格战出现了两极分化:一方面,中低端、库存产品的低价格大幅度抛售,抢占了不少低端市场的份额。另一方面,围绕3D、LED、

互联网智能电视呈现出产品功能、附加值的较量,不少国内企业都通过新产品来布局未来市场。

黄仲冲告诉记者,从去年开始,国内产品加大产品研发创新的力度,不断突破技术壁垒,推出的智能电视等新品在功能上可以说是全胜外资品牌。同时,通过积极布局产业链、通过对外合作等方式,实现了资源互补,加紧对未来的市场跑马圈地。

此外,在渠道建设、售后服务等方面,国内企业经过多年的发展,已经取得了丰富的积累。特别是近年来,家电下乡,以旧换新等政策出现,也为国内企业的价格战向价值链转型,提供了坚实的保障基础,也开辟了新的发展途径。

随着产业的跨界和融合,国内彩电企业的发展也将出现新的变化。奥维咨询研究总监赵茂军认为,互联网智能电视的出现,将会与智能手机、智能电视等产品一起,开启新一轮的关联化市场销售高潮。

## 领导者的电脑

### 上班、出差、开会,一本就够

E人E本:超便携、原笔迹电脑,为中国政商精英量身定制

上网、办公、炒股、阅读……从今天起,都能做到“随时随地”!

#### 在户外,随时上网冲浪

E人E本无线上网,内置WIFI、3G模块,让您在多种网络环境中都能随时随地高速上网。无需网线,全球漫游,在户外也能随时上网,查看新闻、收发邮件、搜索资料,在线聊天……轻松实现24小时在线。

#### 在酒店,原笔迹签字审批

3D电子笔轻轻划动,原笔迹会议记录跃然纸上。粗细快慢、颜色变化、行云流水;钢笔、毛笔、铅笔,随心变化。同时配合智慧办公系统,手写签名、移动审批、OFFICE文档,随需处理。

#### 在车上,随时炒股交易

E人E本内置多款专业炒股软件,全屏清晰完整K线图,个股、指数、走势,一目了然,重要信息及时掌握。随时随地买进卖出,不错过任何一笔交易。

#### 在会场,原笔迹记事

E人E本独创Mind Mark原笔迹手写技术,真实还原纸上手写感受,为您提供多类型、可定义的记事本。不仅能方便地分类记事,更能即写即发,智能查询,海量存储,重要文件还可以加密保护,写不完、丢不掉。

#### 在机场,电子书免费看

E人E本的电子阅读系统,就是您的私家移动书库。7寸彩屏显示,1000多本内置图书,万余种书报杂志在线下载,实时更新,满足您不间断的阅读需求。更可在喜欢的内容上添加书签或原笔迹批注,读书累了还可以享受听书的乐趣。

#### 在旅途,客户信息随时调阅

E人E本独创智能名片管理系统,通过“高清扫描—高效识别—智能查询”轻松实现名片海量管理。智能收集姓名、职务、电话、邮箱等名片信息,更快速查询联系人信息,随时调用邮箱地址,人脉管理从此轻松无忧。

#### 专为高端商务精英所打造

E人E本电脑独具原笔迹手写记事和部件的功能特点,真正把领导们从办公室解放出来,使其不论在机场、酒店还是在家里,都可以随时收发、签阅公文,轻松工作惬意生活;另外,原笔迹签名也使商务邮件往来的安全性更有保证,深受会议礼品采购者青睐。拥有E人E本,才是您真正的帮手。E人E本帮您轻松处理好身边的每一件小事,让繁琐的办公更加简便,是您贴心的随身秘书。

咨询电话:0898-66517586  
66501220  
地址:海南汉王海口市海秀大道  
DC商业城2006号  
北京总部:4008108816  
汉王官网:www.hw99.com



免费上门服务。“免费上门演示”活动火热报名中!

咨询电话:0898-66517586  
66501220  
地址:海南汉王海口市海秀大道  
DC商业城2006号  
北京总部:4008108816  
汉王官网:www.hw99.com



汉王科技推出“360金牌服务”,拨打电话预约,即可享受专业工程师

本报综合消息 “十一”黄金周成为了国内众多智能电视集体发力市场的揭幕战,记者在采访中看到,“LED+智能电视”的混搭已经成为众多国内企业智能电视的标准配置,TCL、康佳、海信均在“十一”之前推出了各自的主打智能电视新品,不仅赚足了市场眼球,也抢到了不少市场买单。

康佳多媒体事业部市场部总经理黄心透透露,“十一”期间,康佳总销量突破35万台,总销售额超过12亿元。其中,网锐LED智能电视备受市场青睐,销量占比达到61.5%,揽得市场头筹。

#### 互联网电视升级

DisplaySearch 预测数据显示,到2014年,北美市场互联网电视渗透率

将达69%,西欧市场达85%,日本将达到100%。全球主要国家和地区的互联网智能电视将达1.15亿台。电视机全面“触网”已是大势所趋。

此前,苏宁电器与15大彩电品牌共同发表了《国庆彩电消费趋势》预测报告:智能、LED等电视功能将成为未来我国居民消费的主流。记者在国美、大中终端卖场走访过程中也看到,消费者选购彩电,基本上都看好了LED和智能电视。

不过,与三星、夏普、索尼等企业纷纷发力LED液晶电视不同,康佳等国内企业由于在LED的基础上,再度增加了智能操作系统,实现了LED、智能的双标配,实现了硬件显示技术与海量内容的多面融合。

## 电子阅读器:传统报业拯救者?

本报综合消息 目前我们对依然“活着”的报业大可不必过于悲观,而对阅读器也无须过于乐观。

9月17日,iPAD在中国大陆发售;同日,人民日报发布了iPAD的阅读器产品,无论是否巧合,都意味深长。数月前第一次触摸iPAD,就被雷到了,接着便爱不释手。书报原来可以这样阅读!难怪传媒大亨默多克在iPAD上市伊始便禁不住大加赞赏,在他看来,网络时代,传统报业对年轻人吸引力正在下降,广告基础也在不断遭受侵蚀,而iPAD让他看到了报业的未来,认为这个新锐移动终端也许会成为传统报业的拯救者。

报业的现状委实让人纠结。即便发达国家的那些老牌大报,也不断遭遇阵阵寒流,欲转身另辟蹊径寻求它途。上月,纽约时报公司董事长苏兹伯格表示,将在未来的某个时间停止印刷纽约时报,时间不定,一度被外界误传为“纽约时报将停印”,引发轩然大波。尽管只是传言,却也反映出国际报界“草木皆兵”的心态。那么,iPAD、KINDLE等形形色色的电子阅读器,果真能成为新闻的全新载体、传统媒体的“来世”,如同当代传媒大师尼葛洛庞帝所言,成为“新的图书、新的报纸、新的杂志和新的电视屏幕”吗?

移动阅读终端颠覆了传统新闻载体和人们的阅读方式,却又以高科技手段满足了人们对纸质媒体的阅读习惯和视觉感受,同时渗入诸多时尚元素,对受众尤其是年轻一代具有无可抵御的魅力,其发展前景不可限量。不过,目前我们对依然“活着”的报业大可不必过于悲观,

而对阅读器也无须过于乐观。

相对“微博元年”里“织围脖”的热气腾腾,“电子阅读器元年”则显得有些寂寞,具体而言,是“传”“受”两端的冷热不均。一边是上百个品牌的电子阅读器产品争相涌入市场,个个踌躇满志,势在必得;而另一边却是消费者的冷眼旁观,或对动辄几千元的高价望而兴叹,或对厂家商家的高调推销不以为然。不久前的上海市,阅读器也是走红不走俏,25万余名读者仅“带”走区区上百台,在逾亿元的销售总额中几乎可忽略不计。

同时,在阅读器上读报,眼下也并非美事,一方面是阅读方式转换不可能一蹴而就,在小小的显示屏上读报,其便捷与快感与惯常的看报不可比拟;另一方面,尽管越来越多的报刊、电视、广播纷纷向阅读器转移,以求在新兴媒体上捷足先登,突围制胜,而以我在多种阅读器上的体验看,现在驻扎iPAD和各种阅读器的中国报纸,大多免费赠阅,且将报纸版面直接移植其上,并无因“器”制宜,度身定制,以“概念”亮相作秀的多,实际效用小,更缺乏有效的营销手段和盈利模式。相比之下,国外同行已在这方面作了有益的尝试,我们则又滞后一步。

鉴于于此,我们固然要对电子阅读器充满热情,积极有效地开拓传统媒体的新天地,但切忌盲目乐观,一哄而上,只图“赶时髦”。要从国情和现状出发,以求真实、从长计议的态度研究发展战略,统筹部署,精心策划,认真考量,做细做实。看来应该秉持默多克最近对iPAD那种更趋务实的态度:这将会真正改变新闻的呈现方式,“我们将拥有不同类型的报纸”。

## 水家电潜在规模比同空调业 核心技术待破

本报综合消息 “有人形容水处理产业将是下一个石油产业”,在接受采访时,美的日用家电集团中国营销总部水家电销售公司策划管理部总监卜珊红向记者更形象的描述了市场前景广阔的水家电产业的产业背景。

更确切的说,水家电行业只是水处理产业的一部分,更广义的水处理产业还包括例如海水淡化、工业水处理等范畴。饮水机、净水机等主要水家电产品仅是一种家庭水处理设备,在宏大的产业背景下,“美的目前在水家电上的作为还只是冰山一角”,卜珊红说。

#### “膜”制胜

卜珊红开门见山的将话题引到水家电行业的敏感问题上,例如如何解决饮水机二次污染,以及如何突破净水机滤芯的技术瓶颈。

解决饮水机的二次污染问题,卜珊红告诉记者,可以通过两种方式。一是

从饮水机产品技术改良着手,例如美的第三代饮水机产品采用“全管路杀菌”技术,可以将产品内部大部分细菌杀死。此外,采用通过“沸腾腾”将饮用水煮沸也可有效降低水中的细菌。

“大多数小厂家为了节约成本普遍采用‘热罐’方式,这种方式可能会导致水里重金属超标”。

净水机是饮水机的升级换代产品,相较而言,净水机对于实现健康饮水的效果更佳。净水机的主要技术在于滤芯,滤芯的关键在于膜片。据卜珊红介绍,目前净水机最先进的膜片技术为“RO膜”,该技术是欧美国家以及日、韩的主流技术,对饮用水中细菌、病毒等微生物去除率高达99%以上。

技术也掌握在欧美国家手里。

#### 规模比同空调业

国内水家电行业集中于家庭饮用水处理,虽然该领域目前正处于行业起步阶段,“但潜在规模可以比同于空调行业规模”。卜珊红对于水家电行业的前景保有较高的信心,目前行业平均增长速度达到70%,单净水机行业一年就可做到超过百亿。

目前国内净水机保有量还不到1%。其中最主要的原因还在于中国老百姓对健康饮水意识薄弱。对比国外、日本、韩国以及中国台湾地区对该产品的保有量在70%左右。仅韩国一年净水机的零售收入超过百亿元人民币。

不过,消费意识的转变最终将改变国内目前的发展形势。各种迹象显示,老百姓对健康饮水的意识正在因为频发的环境污染和水污染事件见诸报端而提升。

潜在的巨大商机吸引不少企业进入水家电行业,但因为准入门槛较低,这种冒进方式带来的后果是行业鱼龙混杂。“不过从消费者最终的品牌选择来看,水家电行业也存在较高的集中度”,卜珊红表示。

对于水家电行业未来的发展趋势,卜珊红认为,一方面随着多品牌的进入,单品会越来越普及,更接近于消费者的心理价位,同时高端消费家庭会追求个性化产品及解决方案,未来水家电行业有望跳出家电行业价格战怪圈。

“而最重要的一点是未来行业核心竞争力一定在于客户价值服务”,卜珊红告诉记者,水家电产品尤其是净水机,可谓只是半成品,在脱离安装、售后服务后不属于真正意义上的完整销售。对于这点,卜珊红向记者介绍,美的非常重视售后服务建设,例如推行主动提醒服务,即提醒消费者及时更换滤芯,提供产品保养服务等。

## 家电下乡两年内六度招标?不少企业吃不消

本报综合消息 日前,全国范围内的第四轮大规模的“家电下乡”招标工作再度启动。如果算上此前的两轮区域试点的招标,自2008年12月以来的不足两年内,下乡产品的招标已步入第六轮。

此前,国家曾规定,对于下乡企业和产品原则上是一年一招标来确定。去年,随着国家对下乡政策的调整,考虑部分家电产品更新换代快、价格波动大的因素,一些产品的招标次数改为一年两次。

据了解,虽然国家规定,中标企业和产品的资格有效期为一年。从去年以来市场操作情况来看,很多企业的中标资格在不到一年就被提前终止。日前,在新一轮招标文件中就明确提出“自招标公告发出之日尚具有中标资格的原中标企业未参与本项目投标,其原中标资格截止于2010年12月31日,自2011年1月1日起原中标协议废止”。

日前,国家三部委首次对家电下乡政策实施过程中26家生产企业、39家流通企业提出黄牌警告。一旦连续两次被黄牌警告并考核成绩低于60分的企业,将会被取消家电下乡中标资格。这意味着今后一段时间内,国内企业在农村市场的拓展难度将加大,整个农村家电市场的发展将步入白热化阶段。

## 互联网发展将冲破“三网融合”垄断壁垒

本报综合消息 国家广电总局科技处处长盛志凡近日在无锡召开的首届视频中国新媒体产业合作峰会上表示,互联网时代,大众传媒向个性化市场转变,弱化传统媒体影响力,电视、手机与网络新媒体间尽管仍存垄断壁垒,但融合将是必然趋势。

影响力是媒体的生命力,网络经过数十年的发展已成为如今大众获取信息的主要方式,“个性传播”时代对电视、报纸等传统媒体影响力和营收提出挑战。盛志凡认为,另一方面,信息产业在如今网络横行时代下也需更新换代,互联网、广电网、电信网只有三者融合才能实现共赢。

他举例,现代人习惯回家看电视,而上班或在外时通过网络、手机获取信息,促使移动电视、网络电视、手机报等新业态的产生,这就表明三网融合不单纯只是技术构想,而是大众需求的必然产物。

此外,国家对“三网融合”产业政策的确立,广电、电信已纷纷推出新业务互相渗透,国家广电总局正加快部署建设网络电视台,国内十二个城市成为三网融合试点,电视购物、视频点播正融入人们生活,由此将催生数万亿的新兴市场。

目前,传统电视在三网融合趋势下仍存诸多障碍,包括内容、运营机制、终端等;电信、广电部门在各自运营方式上仍存在冲突。盛志凡称,随技术手段、国家政策的不断完善,三网融合方案需建立在更多受众认可上,方能健康飞奔。

## 2013年中国手机支付用户数将达到4.1亿人

本报综合消息 艾瑞咨询根据Celent发布的数据发现,2009年,中国的手机用户数达到7.47亿人,手机支付用户数为8200万,手机支付市场渗透率仅为10%。该机构预测,到2013年,中国手机用户数为9.96亿,而手机支付用户数将达到4.1亿人,其中手机远程支付用户数为2.41亿人,手机现场支付用户数为1.69亿人。

艾瑞咨询分析认为,中国手机支付普及率整体仍处于较低水平,主要原因在于手机支付标准混乱,移动运营商、银行机构及第三方支付企业三方参与者割据混战。移动运营商和银行机构凭借各自在移动、金融领域的传统优势,均希望成为移动支付产业的主导者,而第三方支付在产品创新、平台整合方面也有很大的优势,但是单凭一方的力量,移动运营商、银行机构、第三方支付都很难在移动支付市场上占据绝对的优势。艾瑞建议,现阶段,移动支付参与方应该积极合作,共推移动支付标准,合力发展移动支付产业。而在标准制定过程中,移动运营商和银行机构的合作将是最快捷的方式。

创建幸福企业  
用友 企业管理软件  
用友软件海南分公司 海口市国贸路1号瑞大厦A座9楼 咨询热线:0898-66517099

IT·家电  
IT·家电业界最佳载体  
专刊热线  
66810510 66810282  
电子邮箱  
812549160@qq.com

金蝶与央视联合巨献  
《公司的力量》全国热播  
中央电视台财经频道黄金时段播出  
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