



“绿色”袭来！ 中国绿色家电 将领航全球市场

本报综合消息 在广交会上,以“绿色”为主色调的志高展区成为家电类参展企业中的亮点。其装潢设计尽显时尚、科技、华贵,与志高一贯塑造的企业形象完美融合,充分体现了志高企业的生产规模、研发实力及强大丰富的产品阵容。特别是一棵生命之树的造型,诠释了“低碳环保”的参展主题。海尔参展产品涵盖13系列,共有278个型号,集家用电器之大成,展示了全产品的解决方案,掀起了一股“绿色”冲击波,受到海外采购商的一致推崇。

绿色家电领航全球

随着地球环境问题的日益严重,各国越来越重视绿色可持续发展,不断提高家电产品的准入机制,比如欧盟的“双绿指令”和Eup指令,这对全球家电企业提出了新的挑战。然而,对率先进行全球化布局的海尔来说,不仅成功越过各国的门槛,还已多次获得英国、西班牙、德国等政府的能耗补贴,成为中国家电企业海外发展的标杆。

对中国家电企业来说,全球化和绿色化是相辅相成的,只有全球化才能更好地实现产品的绿色化,产品的绿色化将加速企业的全球化。海尔以绿色战略为依托,积极地研发满足全球各地消费者差异化需求的产品,赢得了各地市场的高度认可。据了解,海尔家电在美国的总销量2010年10月已突破4000万台,这些家电产品已经覆盖近三成美国家庭;据世界著名市场研究机构GFK发布的监测数据显示,海尔在德国三门及三门以上的多门冰箱领域以75.9%的市场份额高居第一,是众多德国本土品牌之和的3倍多。在巴基斯坦,2010年海尔空调以29%的市场份额排名第一,洗衣机市场份额第二、冰箱市场份额第三。这些数据表明海尔已在美国、欧洲、亚太等各市场取得了突破性的成绩,正成为全球家电企业绿色发展的引领者。

本届广交会,海尔携绿色整套家电解决方案再次强势登场,其绿色、智能、时尚的家电产品深刻诠释了家电业的发

展趋势,受到全球采购商和消费者的极大关注。一位美国采购商告诉记者:“海尔品牌和产品已经得到全球消费者的信赖,此次参展产品也是世界领先的绿色家电,一定会给美国用户带去更加绿色、健康的生活方式。”

高端环保产品亮相

以空调一线企业志高为例,其携旗下家用空调、商用空调、制冷设备、小家电等四大类家电产品全线亮相。不仅带来了全系列的家电产品线,也带来了高端、环保的家电消费理念。以绿色为主色调的志高展区成为家电类参展企业中的亮点。志高此次参展以环保节能作为产品主旋律。高端产品线更丰富、更齐全,得到不少外商的关注。

据了解,虽然目前利比亚战乱、日本地震等给各企业外贸业务带来了一定的影响,但志高海外营销部相关负责人表示,对2011年志高出口延续稳步增长态势持乐观态度。

该负责人分析认为,首先欧洲市场

复苏是当前志高出口的一大亮点。2010年欧洲市场开始缓慢复苏,到2010年底,客户库存消化完毕,而且俄罗斯、意大利等市场天气炎热,直接推动市场消费蓬勃。为了在新兴市场国家拔得头筹,志高早几年已经开始部署,积极进军开拓东南亚、拉丁美洲、北非、南亚等新兴市场国家。现在开始步入收割期,因此预料新兴市场的发展将为志高出口的增长提供保障。

从企业内部来看,已有的市场份额和技术优势是志高未来一年海外业务开拓的利器,志高的家电产品现在全球180多个国家和地区都有销售,而作为全球空调业界技术派系的代表,技术创新也将为志高出口保驾护航。不仅如此,自公司上市及获得国家出口免验资格后,志高企业整体实力进一步增强,海外市场拓展有利于因素逐渐增多,志高高品质的产品及品牌美誉得到越来越多海外消费者认可。



彩电企业 “智能”跨界寻突破

本报综合消息 在3D电视之后,今年无疑是主打“智能”概念的Android操作系统电视最热。创维日前宣布搭载Android操作系统的创维新一代智能3D量产上市。记者发现,产品配置的Android浏览器就像电脑的IE浏览器一样,能轻松浏览互联网的所有网站。

康佳也发布了可延伸为一台社交电视,支持运行微博的智能3D电视,此外康佳还首次实现了将体感游戏应用到电视终端。

另一巨头TCL除了在“智能”变成“超级智能”外,还声称开启全球首个基于Android和windows系统的电视应用程序商店。

何谓智能电视,目前业界尚无统一的定义。创维集团副总裁杨东文认为,智能电视指能联通互联网,搭载操作系统,内置开放式平台,支持多媒体应用,且能安装、卸载第三方应用程序的电视的总称。

市场调研机构DisplaySearch预测,



2014年全球带有网络接入能力的平板电视销量将达到1.18亿台。中国电子视像行业协会副会长兼秘书长白为民表示,国内智能电视正逐渐向“泛电脑化”方向过渡,彩电行业也步入更高层次的竞争。

事实上,智能电视面临着比以往更加复杂的宏观形势和不确定性,同样无法回避国家内容监管和不同网络间壁垒的难题。

据了解,互联网电视在2010年5月陷入广电总局监管禁令之后便一蹶不振,而作为其升级产品的智能电视,基于Android或者Windows平台,内容更加开放和丰富,也难逃被监管的厄运。不少分析人士认为,彩电企业之所

以由此热衷“智能”电视,皆因智能电视不是广电总局一个部门就能完成监管,在多个部门的联动没有运作起来之前,“智能”概念或能让市场火上一把。

最新的消息则传出,在三网融合中的主导权之争中,电信部门和广电部门始终无法就播控权达成一致,三网融合似乎陷入僵局。这都将直接影响依靠三网融合概念的智能电视发展。

杨东文也认为,2011年将是智能电视推广年,产品主要将集中在高端领域,还谈不上普及,未来市场仍需培育。“这对商业模式、合作模式、后台费用中心以及内容管控模式都提出了不小的挑战”,而这些都是电视要实现“智能”必须要迈过的坎。

苏宁电器“双线”发力 五一开店再破百家

本报讯 五一黄金假期在即,苏宁电器今年重点推进电子商务战略,制定了销售额翻两番,达到80亿元的目标,同时并未放缓实体店面的连锁扩张速度。苏宁昨日宣布,今年五一新开重张店面107家,再次上演备受瞩目的“苏宁速度”,刷新行业开店纪录,提前抢占五一黄金市场,全国促销也同步启动。

“苏宁速度”再现 五一开店过百

“苏宁速度”一直备受业界关注,凭借强大的服务、财务、信息等后台系统作支撑,在近几年的五一假期有大数量的新开店集中爆发,07年到10年共计234家店面开业。今年五一苏宁再次刷新“苏宁速度”,新开重张店面达107家,新开店60家,重装47家店面,进一步扩大了苏宁连锁规模的领先优势,奠定行业绝对领先地位。在继续完善上海、北京、南京、广州等重点城市连锁网络的同时,也覆盖了武汉、厦门、青岛等重要战略地区以及华东、东南发达县镇等三四级市场。

保证单店经营质量 多业态店面全面绽放

苏宁电器在连锁发展方面一直保持着行业领先的优优势,据介绍,苏宁五一期间新开店不但保证规模优势,更保证单店经营质量,单店经营质量继续保持同行业第一。新开店面完善了一二级市场的布局,同时加大了三四级市场的拓展力度,店面布局更加合理类型更加完善。苏宁在继续全面推进Expo旗舰店的同时,加大了对精品店、县镇店等店面类型的开发力度。

线上线下齐发力 打造“沃尔玛+亚马逊”新模式

连锁发展方面,苏宁将继续“租、建、购、并”并行的连锁发展策略,2011年新开各类门店将达到370家,并尝试海外发展。苏宁坚持线下实体店与线上电子商务的协同发力,致力于打造“沃尔玛+亚马逊”的商业发展模式。

苏宁易购再次改版升级,4月13日启动了团购、秒杀、直降等多种形式的促销活动,其中更有10辆奔驰Smart无需购物直接抽送。此次五一实体店连开百店、易购豪华送礼的大手笔,进一步印证了苏宁“沃尔玛+亚马逊”这一战略进入了全面实施阶段。

平板电视机虽有“三包”

监管力度仍需重视

本报综合消息 近日,中国家用电器服务维修协会召开“宣贯平板电视机三包规定新闻发布会”。在会上,协会常务副会长兼秘书长赵泽蕊预计今年预计将达到4000万台,居民家庭平板电视机保有量将超过1亿台。面对快速增长的平板电视市场,企业规范安装和售后服务能力引起主管部门的高度重视。

国家质检总局于3月1日起正式实施《关于将平板电视机商品纳入调整范围的公告》,把平板电视机中的液晶电视机和等离子电视机列入了“三包规定”目录,规范平板电视机安装和维修服务市场有

“三包规定”可依。

据悉,实施三包平板电视机商品目录中明确规定:平板电视机三包有效期为整机1年,主要部件3年;主要部件名称中,液晶电视为显示屏、驱动组件、逻辑组件、高频调谐器;等离子电视机位显示屏、背光组件、逻辑组件、高频调谐器;“三包”有效期从销售者和消费者约定的送货、安装、调试全部结束之日起计算,不需要送货、安装、调试的从开具发票之日起计算。在“三包”期内,平板电视机维修服务必须使用符合产品技术和质量标准的新配件。

液晶零售市场首次下跌

“五一”市场需求依然强劲

本报综合消息 进入2011年以来,受货币政策紧缩、投资拉力不足、通胀压力较大等多方面宏观经济环境的影响,中国彩电行业呈现成本压力加大、消费需求减少、购买能力下降等情况。据奥维咨询数据分分析,2011年一季度彩电行业的营收规模下降较明显,液晶电视市场零售额近4年来首次下跌。

据统计,2011年一季度内销彩电零售规模达到1046万台,同比下降5.2%,零售额394亿元,同比下降8.2%。其中液晶电视零售量908万台,同比增长5.17%,零售额351亿元,同比下滑6.55%。

一季度后,彩电行业将迎来重要的

“五一”节点。据奥维咨询预测,“五一”市场将会出现良好的增长势头,平板电视规模将有望达到250万台,同比增长约18.7%;其中,LCD市场规模达到232万台,同比增长18%;PDP市场规模达到18万台,同比增长28%。

专家分析,2011年是中国彩电行业继续进行更高层面的结构调整和转型升级的关键时期。从中国彩电市场的发展来看,市场增长的机会点也将主要集中在结构调整所带来的增长:包括新技术的发展,如LED、3D、智能电视等;新市场的增长,如农村市场、B2B市场。

五类家电

以旧换新回收、拆解双资质被否

本报综合消息 商务部、财政部、环境保护部日前联合发布《关于进一步规范家电以旧换新工作的通知》。

《通知》指出,将取消具有回收和拆解双资质企业的回收资质,当地回收凭证发放部门要于5月15日前收回其未使用的回收凭证。未做到回收凭证、拆解凭证与旧家电一一对应的,不予兑付运费及拆

解补贴。并要求对中标销售企业和经营五类家电(电视机、电冰箱、洗衣机、空调、电脑)商贸流通企业加大审核力度。

根据商务部的统计,截至4月15日,全国家电“以旧换新”一共涉及5大类家电产品,销售了4500万台,销售额接近1700亿元。政策拉动的作用非常明显。

揭秘手机卡复制的骗局: 都是“黑客软件”惹的祸



手机SIM卡远程复制在市面上并不存在。那么,在技术上是否可行?记者就此咨询了有关权威人士。

国内一家知名手机杀毒厂商的技术主管卢先生告诉记者,“远程复制”从技术上来讲无法实现。某高校计算机通信专业杨教授也表达了相同的观点。杨教授表示,由于加密技术,“无原SIM卡即进行远程复制”无法实现。记者又咨询了移动通信领域的专业人士,他们告诉记者,和银行卡一样,每张SIM卡都具有一个独立的卡号,相当于SIM卡的身份证。同时,每张

卡还有一个独立的密码,存放在SIM卡的不可读出区域,具有极高的安全性,不存在进行克隆的可能。在网络中只能给一个手机卡发送信号,能听到对方通话及看到对方手机内容更无从谈起。

既然不存在“远程克隆”的可能,为什么王小姐能够收到对方用自己男友手机号打来的电话呢?

一位在手机行业混迹多年的“圈内人”向记者袒露了其中的内情——原来,虽然不能“无卡复制”,但是骗子可以通过在网络电话软件上加装黑客软件,将

网络电话主叫号码显示成任意手机号码再拨打出去,造成该手机号码SIM卡被复制的假象。据他了解,不少人因此上当受骗。记者在网搜索“网络电话”,发现其中很多软件提供“任意显号”功能。显然,骗子就是利用这种黑客软件模拟用户手机号码,甚至通过模拟公安机关、法院、银行等国家政府、金融机构的号码进行诈骗。

由此可见,SIM卡远程复制根本就是骗子利用人们窥探他人隐私的心理而设计的谎言,千万当真不得。

用友 企业管理软件

用友软件+用友云服务

迈向云端企业
用友云战略

成就亚洲最大、全球领先的企业云服务提供商

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:0898-66517099

金蝶,企业管理专家

铸就80万家中国企业成功管理模式

Kingdee 金蝶海口分公司

咨询热线: 4008-830-830
0898-66502285

IT·家电周刊

IT·家电业界最佳载体

专刊热线 66810510 66810282
电子邮箱 812549160@qq.com

IT·家电周刊

IT·家电业界最佳载体

专刊热线 66810510 66810282
电子邮箱 812549160@qq.com