

2012年苹果电视 或可语音遥控

本报综合消息 除了 iPod、iPhone、iPad 等硬件潮牌，苹果的下一站会是什么？根据早前的多个报道，苹果正在筹划进军电视领域，但还没有正式公开产品计划。不过，近日全球上市销售的官方版《乔布斯传》(SteveJobs) 披露了乔布斯的构想。据预计，苹果电视很可能由 Siri 语音服务来充当遥控器，2012 年底或公布该产品而于 2013 年上市。

苹果电视 以 Bose 产品为参照开发

10 月初去世的苹果联合创始人乔布斯(Steve Jobs)生前对传记作家艾萨克森(Walter Isaacson)说，他终于为外界长期盛传的苹果一体化电视机想了方法。他说，它的用户界面是你能够想象的最简单的，我终于搞定了它。

这些话日前随着艾萨克森的《乔布斯传》(Steve Jobs)一书被公之于世。据研究机构 Global Equities Research 分析师乔杜里(Trip Chowdhury)说，它跟 Bose 的家庭综合娱乐系统 VideoWave 差不多。据报道，苹果高清电视正是以此为参照开发的；苹果高清电视跟 Bose 的 VideoWave 电视在简单、影音质量和简洁方面有着直接的相似之处。

乔杜里说，VideoWave 需要三条数据线，而苹果高清电视可能只有一条。苹果电视可能还会薄很多，不过他预计其内置扬声器数量会是一样的。据了解，Bose 的 VideoWave 电视有六英寸厚，有 16 个扬声器；苹果高清电视的厚度将是这个厚度的三分之一，同时也会有 16 个扬声器；这些扬声器给人一种完整的环绕声体验，不需要加装任何外置扬声器。

以 Siri 语音控制电视 甩掉遥控器

纽约时报报道说，即使在乔布斯的督战下，苹果的工程师和设计师多年来也没有发明出全新的电视界面。据知情人士称，最大的障碍之一是替换电视机的“伴侣”——笨拙、难以使用的遥控器。苹果将向用户提供一种途径，使在电视机上选择内容就像在 iPod、iPhone 或 iPad 上一样简单，甚至用户可以用语音操纵电视机。

例如，用户无需通过遥控器浏览文件夹或大量内容，只需告诉 Siri“播放可爱的小猫睡觉的视频”，电视机即可播放数不清的 YouTube 视频。

一名消息人士透露，他曾看到属于苹果的“大尺寸零部件”，相信“这是大尺寸苹果电视机的零部件”。

巴克莱银行最近在发表的一份报告中预测，如果苹果推出一款电视机，不计内容业务，苹果营收每年将增加 190 亿美元。苹果电视机市场份额只要达到 5% 即可实现这一目标。此前不久，苹果刚推出了机顶盒 Apple TV，但没有受到消费者追捧。业界预计，苹果可能在 2012 年末公布电视机产品，然后 2013 年发售。

细心的市民逛家电卖场的时候会发现一个有趣的现象，一个电饭煲要卖六七百元，最贵的卖到 2999 元，而普通电饭煲只要二三百元；饮水机最贵卖到 16800 元，令人咋舌。小家电纷纷穿上智能化外衣，走贵族化路线。企业在追求高利润的同时，也借此向高端化转型。

小家电打智能牌

专家称由于市场竞争小易形成暴利

消费者表示挑花了眼

价格这么高，这些贵族小家电卖得怎么样？消费者买不买账？

多名消费者称，小家电五花八门，名目繁多，选择起来让人感到无所适从。拿饮水机来说，自来水经过处理后，干净到什么程度，看不见也摸不着。

“目前最好卖的是 500~1000 元间的产品，购买人群集中在 25~40 岁之间。”苏宁小家电采购经理郭某介绍，中高端小家电两年前进入市场，国产品牌以美的、九阳、苏泊尔、格兰仕为主，价格集中在 600~2000 元，外资品牌则是飞利浦和松下称雄。

郭焱说，高端主要体现在两个方面，一是功能智能化、人性化。比如，高端电饭煲强调养生，米饭可以煮出不同味道来，还可定时煮饭。如果市民早上想多睡会儿，前一天晚上可以把米放进电饭锅，设定第二天什么时候开始煮；二是外观时尚美观，传统电饭煲只有圆形，现在还有方形、椭圆形等，色彩也很绚丽，看着像工艺品一样。

企业称卖的是附加值

厂商称，高端小家电售价高，是因为成本上涨，以及消费群体定位不同，高端小家电附加值高，消费群体以中青

年、白领家庭为主，定价与定位相符。

对此，专家则称，高端小家电卖得贵，是因为该行业处于卖方市场，企业拔高附加值所致。国务院发展研究中心市场经济研究所家电专家陆刃波近日接受记者采访时表示，高端家电的制造企业不多，竞争小，价格不透明，从而形成暴利，“有些产品售价是成本的两三倍”。

家电行业观察员梁振鹏说，对小家电而言，从生产到流通到终端消费，除研发成本外，所有产品的人工、物流成本都是一样的，高端产品价格提高 10% 即可消化研发成本。企业主推高端产品，在某种程度上是为了迎合小部分消费者的口味，“卖一万的微波炉就是小家电里的 LV，年轻人比较容易接受。”梁振鹏说。

高端产品是企业的利润增长点，企业也希望借此谋求向高端化转型。“高端小家电的出现，会吸引更多家电企业涉足这一行业。”家电产业观察员梁振鹏说，目前传统黑白家电的毛利率在 10%~25%，小家电的毛利率则达到 30%~60%，“高端小家电的毛利率则远远不止这个数。事实上，目前海尔、长虹、TCL 等企业已涉足小家电领域，当他们尝到甜头后，势必会大规模进军这一行业，他们有雄厚的资金和研发能力，加上其畅通的销售

中国成第二大手机应用市场

本报综合消息 美国移动通信市场分析公司 Flurry 今晨发布的最新统计数据显示，今年前十个月，我国智能手机应用程序使用量的增长高达 870%。中国已成为全球第二大手机应用程序市场，仅次于美国。

Flurry 指出，从今年 1 月起，中国这个全球人口最多，同时也是手机拥有量最多的国家，手机应用程序的下载和使用量就有了飞速增长。短短 10 个月间，中国的手机应用程序使用量增幅竟高达 870%，这是世界上其他

国家(地区)平均增速的 4 倍。

数据显示，今年 1 月，中国手机应用程序使用量只占到全球的 1.8%，列全球第十位，而到了 4 月，这一比例已经增加到 2.7%，排名上升到第五。10 月，中国手机用户的应用程序使用量已占到全球 7.3%，遥遥领先除美国之外的其他市场。

与美国相比，中国仍有很大差距，但是 Flurry 的分析师认为，到 2013 年，中国将追上美国。

分析师指出，中国应用程序市场

家电业库存高

或将步入调整期

调零售价为 450 万台，比 8 月份的 500 万台减少 50 万台。上述行家认为，这显示空调渠道资金紧张。

其实 7、8 月份疲态已显。中怡康时代市场研究公司数据显示，受节能惠民政策 6 月结束及今年夏季高温天气不多等因素影响，今年第三季度，国内空调销量同比下降了 14.8%，而上半年的增速为 11.6%，这令国内空调销量 1~9 月的增幅放缓至 2.7%。

让我们回忆一下此前厂家公布的扩产计划，多少显得尴尬，格力空调整机产能今年底、明年初将达 5000 万台，压缩机产能明年上半年扩至 3400 万台；美的压缩机产能 2015 年将达 5000 万台；格兰仕、志高也在扩张。

经销商吃紧

“2011 冷冻年结束时的库存是 2009 年以来最大的。”一家空调经销商人士坦言，2010 冷冻年空调卖得好，没库存。2011 冷冻年空调订了很高任务，旺季却不旺，库存很大。

按行业惯例，此时，空调厂一般都会要求经销商把年度任务 30% 的款项打到账上，然后再提货。上述经销商说，开盘时他等了，但接下去厂家阶段性的政策不好跟，现在库存太大。

为抑制通胀，国家上调贷款利率、收紧银根也使空调经销商乐不起来。该人士说，他过去一圈就是 500 万~600 万元的货，“现在如果再这样，算上利息，基本就没什么钱赚了”。

不过他认为，如果计算 2011 空调总销量，应还是大幅增长，因此国内几大品牌都将 2012 年的目标定得比较高，但渠道迎合意愿不强。目前调控仍持续，银根没有放松，经销商信心不足。

中国家电协会理事长姜凤近日在美的变频空调一场发布会上透露，空调业 2011 冷冻年产量增长 32%，出口增长 25%。2011 年中国空调产量将超过 1 亿台。空调已成中国家电业中规模最大、增长最快的行业。

但业内普遍认为，经历几年高速增长后，2012 冷冻年增速会放缓。“2012、

2013 冷冻年空调业将进入调整期”，上述行家认为，“2012 年空调内销市场能否增长，我们持保守态度。”

彭煜认为，在高库存、低增长背景下，预计空调业利润率会降低，产业链上经销商的资金会绷紧，空调业产业升级的步伐也会有所放缓。

面对新形势，厂家应对措施各异。格力空调对 2012 冷冻年开始，对经销商的返利从年度结算转为月度结算，同时加强零售价格监控，避免经销商擅自降价；美的制冷家电集团副总裁王金贵告诉记者，美的也已实施月度结算制度。

不过，美的也在通过产品升级迎接挑战。家用空调事业部总裁吴文新说，公司 2011 年变频空调销量约 1000 万台，2012 年变频空调的销量将冲击 1500 万台的目标。姜凤说，2015 年，变频空调在国内占比将达 50%。

海尔则更强化零库存、即需即供模式。海信科龙品牌传播部副总监宋红燕说，将继续稳健的库存策略，已做好 2012 冷冻年打硬仗的准备。

苏宁洗衣机特惠季 助力普及“洗衣机 3.0”时代

本报综合消息 随着气温逐步下降，洗衣机市场也呈现日渐火爆的销售趋势。据记者从苏宁电器相关工作人员处获悉，截止十月末，今年洗衣机全国销售总额较去年同期相比增长近 50%，而伴随着气温不断下降，今年洗衣机销售预计还会持续保持这种强劲的增长势头。

同时，记者还了解到，11 月 12 日至 27 日，苏宁电器还将展开洗衣机特惠季。活动期间，不仅有样机五折起售，还有精品套餐、品牌团购等精彩活动。此外，苏宁电器还将隆重推出多款高性价比比主流品牌冰洗产品全方位满足消费者的需求。

“洗衣机 3.0”时代： 杀菌、节能、美观、智能、大容量

伴随着科技的不断进步及消费者对功能及审美需求的不断提高，如今人们已将更多人性化功能及美学因素纳入设计考量，因此，现在的洗衣机已经远远超出“把衣服洗干净”的洗衣机 1.0 时代及“更加呵护衣物”的洗衣机 2.0 时代。如今的洗衣机不仅要满足衣物无缠绕、洗涤均匀、磨损率低的基本功能需求，更要满足消毒杀菌等更高层次的需求。伴随着消费者的生活方式不断的变化，人们对洗衣机的定位也在发生着悄然的变化。据苏宁电器相关工作人员

介绍，在即将展开的洗衣机特惠季中，苏宁更将隆重推出多款高性价比产品以回馈广大苏宁的消费者。据悉，在此次洗衣机特惠季期间，苏宁电器还将推出西门子、海尔、三洋、松下、伊莱克斯、扎努西、小天鹅、三星等多款特惠商品供广大消费者选择，全面满足不同消费者个性化的消费需求。

洗衣机特惠季： 缤纷活动 精彩连连

据了解，在 11 月 12 日至 27 日的洗衣机特惠季期间，苏宁电器还将开展样机五折起售、精品套餐、品牌团购等多个活动，全面让利给广大的消费者，助力普及“洗衣机 3.0”时代。更值得一提的是，为庆祝全球最具规模的大型白色家电制造商惠而浦百年华诞，苏宁电器还携手惠而浦联合展开“跨越百年，强强联手庆百年”的庆祝活动。从即日起至 11 月 11 日，凡购买惠而浦系列(冰洗、热水器、空调)任意单品满 2000 元即可获赠 10000 积分(特价机除外)；购买惠而浦系列产品 2 件以上(含 2 件)，且消费总额满 5000 元即可获赠价值 1299 元的惠而浦欧式微波炉一台(全国每天限前一百名)。而活动期间购买惠而浦产品并在惠而浦官网进行注册的顾客便有机会赢取 100 周年纪念版惠而浦洗衣机或冰箱一台。机会难得，不容错过！

预测 2012： 家电业玩概念博增长

本报综合消息 由于家电下乡等刺激政策陆续到期，其增长速度已明显缓于前两年，甚至有人担忧 2012 年家电行业可能再次陷入增长寒冬。但家电专家们表示，这个担心完全没有必要，随着各种概念家电开始步入拓展期，消费者接受度不断上升，家电市场仍有很大“能量”。

2011 年，家电智能化浪潮再掀高潮，概念彩电层出不穷，让人眼花缭乱，中国本土家电企业纷纷试水国际并购。与此同时，伴随着中国成为全球最大电子产品消费国，中国市场受到更多跨国电子企业的“礼遇”。在明年的家电市场上，国内消费者能够看到的各种新概念产品将层出不穷，与国际市场同步推出。业内专家表示，智能家电、物联网家电、云家电等新概念的普及，将继续主推家电业的飞速发展。

物联网家电入门

7 月在青岛举办的家电博览会上，几乎所有的家电企业都打出“智能家居”概念。IT 企业也看到这个市场的潜力，琢磨着进来分一杯羹。谷歌、惠普等 IT 企业，纷纷推出“智能家居系统”，通过 IT 系统，使家电产品可通过电脑、手机等设备随时随地进行遥控管理。

不过，家电研究院一名专家表示，“当前利用智能概念包装的产品还远远

不是智能化产品。”对此，帕勒咨询公司资深董事罗清启表示，家电智能有两个阶段，一是自身功能的智能化，比如洗衣机有众多的洗衣程序，可以自动洗衣，微波炉有众多的烘烤程序可以自动实现。二是物联网化，也就是说这些机器通过安装射频芯片等物联网器件之后可以实现与人、与不同机器间的远距离通信，这是更为智能的阶段。“预计 2012 年的物联网家电产品将真正开始投入使用。”

泛电视化时代来临

去年从日本彩电企业刮来的 3D 风，今年仍在继续。三星和 LG 两家企业分别倡导两种 3D 技术模式，导致 3D 彩电市场一度硝烟弥漫。

去年国内彩电企业一拥而上，推出的互联网电视今年彻底销声匿迹了。但由于互联网电视升级的智能电视今年大行其道。下半年，借着 IBM、苹果、谷歌等 IT 企业打出的云概念，彩电企业又再度升级产品，推出云电视。

罗清启称，全球彩电产品的技术更新的速度激烈，已经进入一个泛电视化的时代，“未来彩电产业如果成型，它将成为电子产业以及全球经济中最大和最新的经济增长点，它对全球目前低迷的经济拉动作用难以估量。”

“除菌”家电国标实施 “持证上岗”者不多

本报综合消息 “除菌家电如何除菌？”“什么样的才是除菌家电？”……一直以来，除菌家电因为没有相关标准，消费者买起来心里也没底。而九月份，抗菌家电的强制性国家标准正式实施终于让该行业有了依据。不过近日采访中记者看到，面对已经实施一个多月的新规，省城家电市场依旧我行我素，少有持证上岗的产品。

9 月 15 日，国家关于家电的抗菌、除菌标准《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能电冰箱的特殊要求》正式实施，标准对于冰箱、洗衣机等家电的除菌性提出了严格要求。其中新规明确指出，只有功能达到相关指标的家电，才能在包装、标识牌上写“抗菌”、“除菌”、“空气净化功能”字样，并贴上相关标志。

然而采访中记者看到，虽然新规实施已经近两个月时间了，但省城市场上很多除菌家电的外包装上找不到相关标志，大都未“持证上岗”。

“这款洗衣机有自动杀菌功能。”在一家家电卖场，一位洗衣机的销售人员热情的向记者介绍，洗衣机如果不除菌其实很脏，而这款具有除菌功能的洗衣机是采用的新技术，在漂洗过程中通过

注入含有银离子的水流等技术，能短时间内破坏细菌的增殖能力，使细菌死亡，从而达到除菌的目的。采访中记者留意到，这款洗衣机比普通洗衣机贵出一两千元，但外包装并无任何“除菌”标识，在销售人员指引下，记者在产品说明书中看到除菌等功能介绍。而对于新规一事，销售人员表示并不知晓。

随后，记者又走访了冰箱、饮水机等销售区，几乎款款产品都有除菌款式。记者发现，虽然除菌方式五花八门，各有高招，但除菌产品有着不少共同点，即产品外包装上都有醒目的“除菌”字样，价格也比同品牌非除菌产品贵出两三成。不过当记者询问除菌产品外包装是否张贴了合格证明时，很多商家表示“暂时没有”。

“新规中的标识，是指获得国家标准委指定的认证机构出具的合格证明，并在外观上张贴合格标识。”采访中，对于省城除菌家电迟迟不换现状，省家电协会的工作人员表示，新规出台不久，新标产品上市需要一定的时间，“目前还处于新老产品交替时期。”

与此同时，某洗衣机生产厂家也同样表示，新规出台之后出厂的所有除菌产品，外包装上都已经张贴了合格证明。

用友软件——企业领先预算管理信息化解决方案

助力企业预算编制、执行、控制、考评管理实现一体化

用友软件海南分公司 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