

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 美编/何子利
2012年 1 月 6 日 星期五

商务部考虑出台新政 家电补贴 “扶手”何时休？

本报综合消息 家电下乡、以旧换新、空调节能补贴三大家电刺激政策，在2011年陆续到期。2012年一开年，业内就爆出消息称，商务部正在考虑出台一些新的扩大消费政策，以拉动家电家居消费。

对有30多年历史，并且鲜有政府干预的行业，三大政策就像一剂兴奋剂，虽然给行业带来一段时间的亢奋，但药效一过，企业仍要自己度过低潮。

家电行业是一个充分竞争的市场，何况市场经济，本来就是适者生存，补贴政策这只搀扶的双手，为何不愿彻底放开？

还是以数字说话。2007年前，家电行业的发展以时快时慢，基本在15%左右。2008年经济危机爆发，导致家电行业年增长只有百分之几。随后三大政策出台，在政策的强力刺激下，家电行业的确呈现一派“疯长”的局面。年增长迅速攀升到2010年的20%以上。2005年家电行业年销售额只有6110亿元，2010年家电行业规模已突破万亿大关。而不少家电企业的年增长率也高达40%以上。

2011年家电低潮就陆续显现。恰逢欧美债务危机，作为出口比重较大的行业，家电企业倍感寒意。尤其是冰箱、洗衣机、空调三大行业，今年下半年开始，甚至出现负增长。

在此前提下，商务部新闻发言人沈丹阳日前表示，商务部正在研究考虑一些新的消费促进政策。据媒体报道，商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍表示，去年一年的消费增长形势不是特别乐观，今年在转变经济发展方式、外贸增长不乐观的背景下，扩大消费政策出台是必须的。

据赵萍透露，如果原有的政策不能持续的话，可能会出现一个釜底抽薪的情况，对于消费增长会产生负面影响。

其实早在去年两会期间，志高集团董事长李兴浩就表示，家电刺激政策的作用早就已经完成了，应该早点退出，让企业自己发展。所以请不要反应过度，放开护航的双手，让企业自己发展吧。

业内预测 2012 年 或成为蓝光 市场爆发年

本报综合消息 随着3D浪潮的涌起，蓝光市场或将突破限制，强势增长。业内预测称，2012年或将成为蓝光市场爆发年。

据奥维咨询(AVC)数据显示，2011年3D电视销量在480万台左右，市场占有率达20%-25%。3D频道于元旦期间试播，将快速助推3D电视成为未来市场的消费主流。以3D市场作为重要支撑的蓝光市场也将搭上“顺风车”，迎来强势增长期。

目前国内消费者对蓝光产品的刚性需求并不明显，不过北京华录北方电子有限公司市场部经理左伟明认为，随着3D的推出以及3D成为蓝光的标配，“3D有多大，3D蓝光就有多大”。即便取代DVD尚需时日，但2012年中国蓝光市场已经释放出积极信号。

此外，价格因素也是一个主要助力。根据蓝光光盘协会日前公布的数据，2011年2D蓝光播放机价格已经跌至600元，3D蓝光播放机也将在春节期间降至千元以内，2012年可能继续下降，逐步逼近普通DVD播放机的价格。

蓝光市场迟滞未能打开，与其此前价格的高昂有着很大的关系。

不过，蓝光光盘协会中国推进组主席、松下公司中国标准化与合作中心所长赵桂志表示，蓝光市场上的本土企业正在迅速崛起，随着这些本土企业把价格带到低点，蓝光产品价格已经不再是普及的门槛。

价格的下跌与技术的突飞猛进、内容的日益丰富相呼应。2011年，中国蓝光市场在技术和内容方面都有突破。而在2012年，网络功能将是蓝光产品最大的看点，并将助力蓝光的普及。

在这个内容为王的时代，要抢占市场份额必须上台消费者胃口的菜，为消费者提供更多的选择。互联网蓝光高清产品的出现或将使得国内高清市场面临重新洗牌。

国内首个3D频道开播

内容生产带动产业升级

2011年12月15日，贺岁大片《龙门飞甲》的上映让观众见识到国内3D电影的制作水平。今年1月1日，国内首个3D电视频道——中国3D试验频道开始试播。这意味着普通观众坐在家里的沙发上，也能够欣赏到3D技术带来的炫目特效。

本报综合消息 收看3D试验频道的硬性条件之一，首先便是拥有3D电视机。而通过3D节目内容带动3D产业的发展，包括3D电视机的升级换代，正是广电总局开播3D试验频道的用意之一。“这是一个先有蛋还是先有鸡的问题。”上海文广互动电视有限公司总经理史文焱在接受专访时如是说。

作为3D试验频道的运营主体之一，文广互动负责牵头组织节目内容的制作事宜。“没有内容，卖不掉电视机。节目生产出来，电视机不普及也是问题。”暂且撇开这个问题，“不管是内容提供方还是电视机生产商，3D市场的出路关键仍是3D技术的革新。”

据介绍，3D试验频道由中央电视台、北京广播电视台、上海广播电视台、天津广播电视台、江苏广播电视台、深圳电视台等六家单位联合开办，每天播出时间为10:30-24:00，每晚首播4.5小时，每天重播两次，共播出13.5小时。内容包括动漫、体育、专题片、综艺等。据介绍，央视龙年春晚也是3D节目录制的一次试水。

之所以六台联合，很大程度上是为了解决片源不足的问题。“制作3D节目是一个耗时耗力的过程。”史文焱说，“人

力、资金和设备的投入是制作2D节目的2-4倍。”首先，3D摄影器材和特殊的后期制作系统都比较昂贵。从前期拍摄而言，因为需要立体成像，所以3D节目需要的摄像机位要比普通节目多，一般是4机位。影像切换较快的体育比赛更要求6个以上的机位；后期剪辑阶段，加工和组合中必须特别注意左右眼视差、垂直视差等。“不像一般的节目，打包传输，电脑剪辑，都非常容易。3D节目做一个字幕，都要考虑立体感觉。”

很难论证，3D电影的流行能否刺激3D电视的收视。相较而言，3D电视的最大好处便是足不出户。只要符合四个条件：有线数字电视网络覆盖、安装数字高清机顶盒、拥有3D电视机以及3D眼镜，观众便能收看具有立体效果的电视节目。

通过3D节目内容带动3D产业发展，包括3D电视机的升级换代，这正是广电总局开播3D试验频道的用意之一。

但内容能够在多大程度上带动市场？大家心里都没有底。3D频道之所以称之为“试验”，充其量只是开路之投石，传递的信号大于作用本身。“3D电视的发展关键还是技术，是用户体验。”史文焱说。

世界家电排行榜出炉

海尔增幅最高蝉联全球第一

本报综合消息 2011年12月15日，海尔大型家用电器2011年品牌零售量占全球市场的7.8%，第三次蝉联全球第一。据悉，这是世界著名的市场调查机构“欧睿国际”(Euromonitor)第三次给海尔颁发全球第一的证书。

总部设在英国伦敦的欧睿国际(Euromonitor)调查机构成立于1972年，在出版市场报告、商业参考资料和网上数据库方面拥有超过30年的经验，服务和技术方面的不断进步确保了公司多年来始终在所有市场信息解决方案提供者中的领先地位。欧睿国际致力于为全球客户提供国际市场有关行业、国家和消费者的各类商业信息，并将此作为自己的使命。其调研网络能够覆盖全球205个国家的85%人口，因此其输出的调查报告可以很好地帮助消费者理解行业市场的发展趋势和驱动因素，提供消费指导与参考。

2011年，受欧债危机影响，全球经济持续疲软，市场对冰箱、洗衣机等大宗家电的需求受到明显抑制，这导致全球家电市场也呈现疲态。从欧睿国际的分析报告中看到，2011年全球大



型家电增幅为5.6%，而在被统计的147个全球品牌与区域品牌中，有66%的家电品牌增幅低于行业增幅。其中，在被统计的18个中国企业中，平均实现了13.6%的增幅，高于全球行业的平均增幅，而海尔以21%的增幅实现了行业增速最快。

据欧睿国际发布的大型家电数据，2011年前十名的家电品牌中，有一半同比呈现持平与下滑趋势，而海尔不仅增幅最高，同时与欧美品牌相比，也是唯一实现两位数增长的世界品牌。

在全球家电市场增长受限的环境下，海尔集团无论是市场占比还是行业增幅均实现最高，这反映出我国家电品

牌在国家提出“调结构、转方式”后，通过自身转型开始快速提升自身的竞争力。据悉，此前该位置一直由美国惠而浦占据。据悉，美国惠而浦用96年时间成为全球家电的销量冠军，并多次蝉联。直到2009年，海尔集团大型家用电器业务首次品牌市场占有率上超越惠而浦，此后海尔一直蝉联全球销量榜首。

与世界老牌家电巨头相比，海尔积极探索“零库存下即需即供”的商业模式大大提高对用户需求的响应与满足。据悉，海尔集团推出的法式对开门冰箱、复式滚筒洗衣机等高端产品，已经成为国际家电巨头集体模仿的对象，这也从产品层面折射出海尔在世界的领导地位。

据悉，海尔在全球家电领域快速增长的背后，反映了其在自主创新领域的新成就，特别是国际标准领域的建设尤为突出。据悉，最近10年，海尔共参与起草了77项国际标准，其中27项国际标准已发布实施，成为近年来家电国际标准领域最活跃的世界品牌。目前，在自主品牌家电出口份额中，海尔以86.5%的比例独揽起了中国家电品牌的海外形象。

电信行业 2012 年发展的

五大关键课题

本报综合消息 用户体验持续驱动网络的发展，反过来，网络技术进步又将支撑用户体验的提升。适应这种用户体验发展和信息化建设的需求，信息网络正进入新一轮的变革。为把握这一轮行业机遇，华为认为，在网络领域，电信行业须关注以下五大关键课题：

移动网络进入 Gigabit 时代，建设无处不在的宽带网络正当其时

当前网络的最大的瓶颈在于移动网络的带宽能力不足。相比固定网络，移动网络提供的用户体验还存在很大的差距。只有构建 Gigabit 流量的移动宽带网络，才能支撑用户体验提升到一个新的高度。在此背景下，架构性的创新和持续

降低网络成本，将支撑运营商移动宽带业务的可持续发展。

实施智能的光纤网络管理，迎接全光接入的到来

传统的手工管理铜线的方式，在电信行业已延续100多年。极低的运作效率，使之成为网络维护中最大的成本。在向光纤接入进行演进的历史趋势下，把线缆的部署、维护、故障定位和排除等提升到新的阶段，实现智能的光纤网络管理，成为促进光纤网络发展最核心的措施。

ALL IP 网络转型深化，全面进入分组化时代

过去20年，IP技术以前所未有的速

度获得发展。今天，电信网络已经形成TDM和IP共存的混合网络，面向未来，走向基于ALL IP的Single网络将是必然趋势。电信业需要继续深化向ALL IP的转型，完成业务的迁移、网络的融合、网络的互通和运维的改变等，把电信业带入全分组化的时代。

实现数据大集中，构建以数据中心为中心的网络

数据替代语音，成为网络的主要内容。这一具有历史意义的转变，也驱动着数据中心替代语音交换，成为网络的中心，使扁平化这一网络发展的永恒主题具有了新的意义。基于云计算带来的虚拟化、分布式存储和并行计算等新技术，Ex-

预测：

2012年平板将合 逐渐取代笔记本

本报综合消息 据国外媒体报道，近日TechRepublic专家杰克·沃伦发表文表示，尽管笔记本电脑拥有较长的发展史，但随着用户对移动设备的逐渐青睐，2012年平板电脑预计将逐渐代替笔记本电脑。

能耗更低

一次充电可以满足平板电脑一天所需的能量，而对笔记本电脑来说则远远不够。另外，对那些需要便于携带的电脑的人来说，能耗越低正是妨碍工作的另一个因素，而使用平板电脑则很少会出现能量耗尽的情况。

病毒更少

平板电脑遭遇病毒的程度不会像Windows笔记本所遭遇的那么高，至少平板电脑应该不会成为主要受攻击的目标。

成本效益

高性能平板电脑所需成本，仅相当于一部低端至中端笔记本电脑的成本。考虑到笔记本电脑所需的额外的电池及软件费用，笔记本电脑的成本便更高，因此平板电脑很快会成为成本效益最高的官方工具。

在线连接

很多平板电脑在购买时便可以带上3G连接，这将会比大部分笔记本电脑早先一步。

应用可获得性

市场中有数千种应用是为平板电脑而设计的，这些应用的种类丰富、数量较多，这使得使用笔记本电脑变得比较“痛苦”。

用户友好性

平板电脑提供了简单、美观并且不会影响用户工作的友好界面，并且平板电脑的相关应用在设计时也考虑了用户友好性，因此用户可以在平板电脑里安装比笔记本电脑更多的应用。

彩电产业变革在即 新技术引领 行业发展

本报综合消息 2011年，彩电市场增长并不尽如人意，国内一二级市场趋于饱和，三四级市场增长也非常有限，国外市场受到欧债危机等影响，销售停滞不前。不过，这一年的彩电新技术却是暗流涌动，3D电视、智能电视、云电视等相继出现，让彩电行业有了新的市场增长点，同时也将对彩电行业产生深远的影响。

新技术崭露头角

2011年，彩电新技术就已经是市场的主要卖点。目前市场上国内外彩电企业均将3D电视作为高端主打产品。

2010年，3D电视刚推出时，型号只有十几款，产品也普遍集中在大尺寸电视上，合资品牌独占市场，价格居高不下，3D电视处于“有价无市”的境地。而自2010年下半年开始，3D电视的市场格局开始变动，国产电视厂商先后进入3D领域，3D电视的屏幕尺寸也日趋丰富。

“目前康佳的中高端产品3D技术都是标配的。在产品布局上，康佳已经形成了全线的3D产品，可供不同需求的消费者选择。”康佳集团多媒体营销事业部市场部副总经理廖黎明告诉记者。据不完全统计，到目前为止，已有超过200款型号的3D产品推出，几乎涵盖了所有尺寸段。

在3D电视领域，目前主要是两大阵营，快门式和不闪式(偏光式)，这两种技术的对弈一直都存在，索尼、松下、三星、长虹等知名品牌在2011年初春就3D技术上达成共识，一起结成3D电视产业联盟，共同推动快门3D技术的发展。另一方面，以LG为主导的不闪式偏光3D电视也得到了业界的认可，康佳、创维、海信、海尔等国产彩电企业也纷纷加大不闪式3D电视推广力度。快门和偏光两种不同的技术的竞争，让3D技术得到了很大的提升和创新。

除了3D电视，2011年，彩电行业的两大关键词分别是智能电视和云电视。2011年，本土彩电企业投入了大量精力在智能电视领域。5月，海信、TCL、长虹三家企业的高层还在深圳成立智能多媒体终端技术联盟，根据奥维咨询月度监测数据，8月智能电视销量13.9万台，环比增长11.1%，渗透率10.4%。

自从2011年苹果推出“云”概念，“云”一夜之间就成为消费电子产业热度最高的词汇之一。为了把握“云”商机，彩电企业也抢在苹果云电视面世之前，相继推出云电视等产品，这些产品给消费者描绘了一个令人动心的未来显示世界，一云多屏的概念，让消费者以最轻松的方式实现多屏应用。

产业革新在即

“2012年，我们大部分电视机都将标配3D、智能等技术。”这是记者采访部分彩电企业得到的信息。随着彩电技术不断变化发展，特别是为用户提供的软件应用、云服务的增加，彩电市场将在2012年有更多看点。

多年来，彩电行业的竞争主要集中于显示技术领域，从最初的平板替代CRT，到液晶与等离子之争、“软硬屏”之争，再到主动式3D和偏光式3D之争，显示面板技术的发展引领着彩电行业的进步。

几年前就已经炒得沸沸扬扬的OLED技术，最近一段时间也重新被行业重视。不久前，索尼对外宣布，公司将于2012年启OLED电视研发项目，并且计划在未来的三、四年内推出涉及OLED技术的电视产品。目前三星、LG和京东方都在加紧研发OLED电视技术。

彩电业内人士认为，继互联网电视之后，彩电企业围绕显示屏做文章的时代逐渐向围绕应用的时代过渡。智能电视、云电视的出现，就是彩电企业向彩电应用过渡的典型案列。而技术的变革将使彩电企业从卖产品转变到卖服务，从提供单一彩电产品到提供电视机、手机、平板电脑等多个屏产品和服务转变。

中国电子视像行业协会副会长郭亚斌表示，智能技术和云技术的普及将让彩电行业展示深刻的变革。未来，彩电企业不能以传统的理念“卖”电视。

2012年，随着彩电产业技术革新的加速，新技术必将引领彩电行业走向低端竞争的泥潭，开拓出新的蓝海市场。

用友软件——集团型企业信息化整体解决方案

全球化集团管控；运筹帷幄 决胜千里；行业化解决方案；两化融合 转型升级
全程化电子商务；模式创新 体验幸福；平台化应用集成；千秋基业 源于一线

用友软件海南分公司 海口市国贸路2号时代广场20楼A室
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