

智能云电视 是彩电产业 新增长点

本报综合消息 云电视自发布以来，备受业内争议，一说是趋势，一说是浮云，消费者则是云里雾里，不知该信谁的好。云电视是在智能电视基础上延伸与升级，是电视机的发展趋势，未来拥有广阔的发展空间。智能电视、云电视是视像产业乃至整个信息产业的增长点！

狭义上来看，云电视是指应用云计算、云存储技术的电视机产品，是云终端的一种。广义上讲，云电视是指基于整个云电视生态网络，通过网络将各种云设备运用云技术以按需、易扩展的方式获得所需的服务。它涵盖了搭载云技术的云电视和为云电视提供后台服务的网络、平台、资源库等相关设备和服务。所以简单来讲，云电视是智能电视在服务方面的延伸。

随着笔记本、手机、平板电脑的普及，人们看电视的时间确实越来越少了。电视的原有生活功能已被新兴消费电子终端逐渐取代，或部分取代了，而且家庭视听的“个人化”及“去电视化”的迹象越来越明显。如何把消费者重新拉回到电视机面前，是彩电产业需要认真面对和急需解决的问题！

若想重塑电视在人们生活中的地位，必须先了解消费者的需求，掌握消费者需求产生的原因和现在的解决方式，从中找到电视机的不足，找到新时期电视机的立足点和发展方向。

现在是互联网时代，人们希望随时随地可以从网上获取想要的资源、进行实时沟通、分享自己的观点和发现，因此智能手机、移动互联成为信息产业的发展方向。但人总有回到家、不移动的时候，这时候电视机将是最好的显示设备。

电视机网络化、智能化之后，改变了用户传统、被动地收看方式，自主播放互网上海量的影视资源成为可能，并且因为可安装丰富的应用软件，更使功能无限升级成为可能。随着云技术的应用，电视作为云终端的一种与智能手机、平板电脑共享资源、互联互通，更可成为智能家居、物联网的一部分。而且电视机因其自身的屏幕、高清等优势，在家庭中拥有不可替代的位置和市场空间。

智能电视、云电视都是时代的产物，是政策、技术、产业、企业、需求等多方面因素驱动的结果，是三网融合、4C融合的必然趋势。云电视必将成为人们在家的娱乐中心、媒体中心、控制中心，是生活中不可或缺的组成部分。

3D与智能哪一个是电视发展的趋势，一直备受业内和消费者关注。对于2012年智能电视与3D电视的市场走势，奥维咨询(AVC)也认为3D与智能就好像电视的任督二脉，是技术升级的两条脉络。3D电视确实是近期的一个热点，但从电视整个生态系统的长远发展来看，整个生态链中的相关企业都会努力推进智能电视的发展，为电视的未来盈利点努力。

在技术不断的改进，企业不断的推动和消费者认知的逐渐普及之后，智能电视、云电视会是未来电视机产业的增长点。根据AVC预测数据显示，2011年国内智能电视零售量接近350万台，平板电视渗透率可达8%左右。2012年智能电视将迎来快速发展的时期，年零售规模有望超过1000万台，平板电视渗透率将超过26%。



中国家用电器协会日前就家电行业2011年发展形势和2012年发展前景指出，2011年，我国家电业在产量、销量、出口等各领域都将全面突破原有水平，达到新的历史高点。预计2011年全行业工业总产值及销售产值同比均有17%的增长，基本接近常态。产业结构升级将成为2012年支撑家电产业增长的主要动力。

家电下乡政策有望变化： 太阳能产品 或成重点

本报综合消息 记者日前获悉，家电下乡政策的激励重点有望发生变化。相关部委目前正研究将太阳能类产品，如太阳能热水器等，作为家电下乡政策的激励产品。

分析人士认为，诸如太阳能热水器类节能环保型产品，在带动消费的同时还有助于带动安装、维修等相关服务行业发展。太阳能产业近年发展较快，产能迅速增长，但面临国内消费市场未打开、出口市场难以显著扩大的困局。该激励政策对太阳能行业来说无疑是一大利好。

相关人士表示，参照家电下乡政策，购买太阳能类产品的消费者可能得到一定的终端补贴。目前家电下乡补贴标准为销售价格的13%。

按照家电下乡政策相关文件，今年是家电下乡政策实施的最后一年。作为促进消费的激励政策，家电下乡政策实施两年多来，对促进消费起到了较明显效果。

商务部数据显示，截至2011年末，全国累计销售家电下乡产品2.18亿台，实现销售额5059亿元，发放补贴592亿元。2011年，全国家电下乡产品销售1.03亿台，实现销售额2641亿元，同比分别增长34.5%和53.1%。全国家电以旧换新共销售五大类新家电9248万台，拉动直接消费3420亿元。分析人士表示，家电消费有一定周期，家电下乡政策效应可能逐年递减，客观上需要增加新的政策激励产品和重点。

分析人士认为，未来扩大消费仍需延续激励政策，激励对象将集中于高领的、大众型的，能够拉动消费明显增长的节能环保型消费品。这样既促进消费，也有利于扶持节能环保行业，促进产业结构调整。

中国家电协会预测2012年家电业增速回归常态

家电行业盈利能力 值得期待

本报综合消息 2011年是我国落实“十二五”规划的第一年，家电业确定了转型升级的整体发展思路。统计显示，2011年家电业在产量、销量、出口等各领域都将全面突破原有水平，达到新的历史高点。预计2011年全行业工业总产值有望超过1.1万亿元，比2010年增长17%；工业销售产值1.07万亿元，增长17%，但比2010年接近31%的增速有所回落，基本接近常态。家电业出口额有望达到470亿美元，比2010年增长17%。

据中国家用电器协会初步核算，预计2011年电冰箱产量为7300万台，增幅为8%~9%；空调器产量1.05亿台，增幅16.7%。预计洗衣机增幅10%，电热水器增幅33%，微波炉与去年持平；小家电中电风扇产量增长9%，吸尘器增长3%，电饭锅增长8%。

总体上看，2011年家电业产销规模继续平稳增长、中高端产品销量明显上升、网络营销等电子商务平台日渐成熟。特别是，高性能、高能效、大容量的家电产品比重上升，变频产品受到消费者的青睐。

协会预计，在针对家电领域的诸项拉动内需政策逐步退出后，预计2012年中国家电业将继续回归常态，出口增幅也将有所回落。然而，企业发展不会停滞，产业转型升级的脚步更不会退缩。《废弃电器电子产品处理基金征收使用管理办法》等一系列促进行业健康发展的政策法规有望实施，引领技术创新的《中国家用电器产业技术路线图》今年将会推出新版；产业结构升级将成为全年支撑家电产业增长的主要动力。

2012年家电行业的需求同比增速放缓已在预期中。2011年下半年家电行业在宏观经济增速放缓、通货膨胀居高不下的情况下，其可选消费品属性凸显，销售增速放缓；同时，在房地产调控进一步深化，家电下乡、以旧换新等政策出现边际效应减弱的情况下，行业的增长进

一步放缓。2012年上半年，上述压力依旧存在，行业销量同比增速仍面临较大压力。值得注意的是，2012年通货膨胀率的降低有助于刺激消费的增长，家电行业或将受益。从子行业来看，空调的长期成长空间最大，加之存在商用领域的增长，因此不排除超预期表现；电视机行业的发展最为稳定。

行业的盈利能力是亮点。通过分析我们可以发现，除了冰箱行业表现出库存高位的情况下，空调和洗衣机的库存压力并不大。在大量行业去库存，业绩不达预期的背景下，家电行业库存较低，为今年的业绩表现奠定了基础。从原材料成本端考虑，2012年原材料成本下行是大概率事件，回顾2009年的行业盈利情况，家电制造企业在原材料成本下行阶段的盈利能力优异。各子行业中，又以竞争格局稳定、盈利能力最强的空调行业为最优选择。

从行业需求增长和盈利能力两个维度把握2012年投资机会，各子行业的关注点各有侧重。空调行业由于其稳定的竞争格局，因此行业的增长能否继续超预期是投资的关键；冰箱和洗衣机的行业增速放缓已在预期之内，重点是行业的竞争格局尚未稳定，关注在竞争格局演变的过程中相关企业的角色变化；电视行业由于其独特的上下游产业链关系，关注的重心则在上游面板的价格波动、行业的竞争激烈程度以及新品推出的程度，从而把握行业的盈利能力。

投资建议：由于目前国内宏观经济仍存在进一步下行的担忧，加之家电销售2011年上半年的基数较高，我们谨慎看待2012年上半年的板块表现；下半年结合宏观经济的变化，在谨慎中密切跟踪行业动态，寻找超预期的因素。根据目前各子行业的景气程度，我们依次看好空调、彩电、小家电、洗衣机和冰箱。继续推荐白电龙头格力电器、美的电器；弹性品种建议关注海信电器、小天鹅。

上网本淡出市场
2012年平板电脑
发展加速

互联 智能 融合 从国际消费电子展 看行业3大走势



本报综合消息 一年一度的国际消费电子展近日在拉斯韦加斯落下帷幕。从本次展会推出的超过2万种新品，以及微软、英特尔等多家行业领军企业推介的未来产品研发计划中可以看出，互联、智能和融合将成为未来国际消费电子行业的3大发展趋势。

互联：一切与网

如今，不少国际知名企业更倾向于为产品添加计算能力，使它们能够连接到互联网。与网络相连，这一趋势早已蔓延至整个消费类电子技术领域。本次展会的主办方——美国消费电子协会主席夏皮罗在接受记者采访时说，互联性正是本次展会的重要特点，历史上从未像现在这样，只要人们接触互联网，就能找到业务机会。

多种家电产品正在逐步增强互联网功能。在今年的展会上，添加互联网功能的影像设备是一大亮点。夏皮罗预言，今后在美国销售的电视，也将有一半具有接入互联网功能。日本和韩国的数家知名摄影摄像器材制造商已在今年推出的新产品中植入了无线共享功能。在汽车电子领域，汽车导航、车载通信技术开始与互联网相连，已有欧洲企业推出4G汽车移动互联技术。有专家认为，移动互联技术会成为一些国家创新和增长的主要动力之一。

智能：机器与你

消费电子产品的定义不再仅以键盘、屏幕和指令等传统形态存在，而开始向智能领域深入拓展。机器开始与人们互动，语音、手势和面部识别被广泛应用，甚至有产品开始尝试利用脑电波向机器发送指令。技术的革新和延伸，给整个行业注入动力，



执行官史蒂夫·乔布斯于2010年1月27日在旧金山欧巴布也那艺术中心发布iPad，让各IT厂商将目光重新聚焦在了“平板电脑”上。iPad也重新定义了平板电脑的概念和设计思想，取得了巨大的成功，从而使平板电脑真正成为了一种带动巨大市场需求的产品。这个平板电脑(Pad)的概念和微软那时(Tablet)已不一样。2011年9月，随着微软的革新Windows8系统发布，平板阵营再次扩充。

如此而来，上网本受到严重打压。自2009年的辉煌之后，2010年几乎停滞不前，取而代之的是iPad引发的平板电脑热。

从性能上和便携程度上，上网本都不如平板电脑，平板电脑独特的系统，让它在操作上更快捷，虽然很多程序还需在电脑上完成，但是就娱乐而言，已经足矣。而上网本在携带方面本就不如平板电脑，加之性能上并未体现任何优势，因此在2011年仅一年的时间，几乎淡出市场。而随着各种平板电脑应用了更为强大的芯片等一系列元器件，性能上的大幅提升，也让上网本望尘莫及。

目前，很多电子元器件厂商，看中了平板电脑市场，都纷纷投入进来。据悉，德州仪器已经展示了应用于平板电脑的双核芯片ARM芯片——OMAP4470，不过这款芯片，是针对Windows8平台打造的。德州仪器在一份声明中说，“OMAP4470强大的多任务能力与Windows8关键功能是绝配，其中包括触控优先的用户界面。”

在2012年，平板电脑的性能将会有更大的突破，而上网本将逐渐淡出我们的视野，从而消失，这也是时代变化的一个必然趋势。在平板电脑辉煌的时代，同样存在在这个各厂家之间的竞争，这也将推动平板时代必定迅速的发展。

彩电行业面临

第三次产业升级浪潮

本报综合消息 从显像管到LCD，再从LCD到智能系统，彩电行业正面临着第三次产业升级浪潮。

将电视作为家庭娱乐终端，这个趋势早在十年前就被业界所认可。其间无论是PC，还是家电厂商，都进行过前赴后继的尝试，IT企业进军家电业、家电企业进军IT业，但最终连微软这样的巨头也铩羽而归。直到苹果iPhone、iPad的出现，让业界看到了三网融合、家庭智能终端的可能。在苹果的刺激下，智能电视的发展已经到了一个临界点。

伴随行业升级的无疑是一场大规模的行业洗牌。

索尼是显像管时代的霸主，进入LCD时代后，索尼却由于对未来的判断失误让三星一举超越，那么在智能机时代，索尼是否还会错过？

智能电视存在着一定的市场门槛，各个国家的电视政策不尽相同，国内电视的政策管制尤甚，也许会为国产品牌设定一个相对安全的环境。但这并不是长久之计。

当真正的智能电视与概念化、同质化的准智能电视放在一起竞争时，高下立见，缺乏核心技术支撑的概念终会昙花一现。

苹果、谷歌的出现改变了手机市场的格局，强大如诺基亚也不得不面对危险的境地，那么传统的国产彩电企业呢，出路何在？

有人认为，谷歌做电视也是委托三星这种传统彩电企业生产，中国作为制造业的大国，一定会争取到代工的机会。以联想乐TV为例，在生产制造上并不存在与国产品牌重合的机会。

而另一种观点认为，智能电视掌握一部分高端人群，传统彩电企业专注中低端。国



现在具有垂直整合能力的厂商那里，比如苹果、三星等。

苹果有自己的操作系统和CPU，三星更是如此，三星是全球重要芯片生产企业、液晶屏生产企业、家电整机生产企业、手机厂商，自己还在做 bada 智能终端操作系统。

IT人士普遍认为，智能电视是个高地，最终决定胜利的还是应用，找到属于自己的杀手级应用粘住客户，是未来竞争的重点。

■

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



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

