

2012年前至少有 10%的 3D 电视机问世

本报综合消息 据国外媒体报道,尽管现在3D电视机市场仍表现疲软,但据五大主要电视机面板制造商的最新数据,截止今年年底将有10%-20%的新出电视机将会是3D。

三星电子、夏普公司、乐金显示(LG Display)、友达光电(AU Optronics, AUO)和台湾群创光电股份有限公司(Chimei Innolux CMI, 简称:群创光电)透露了明年的项目,从中看出明年3D显示屏的电视机将会在整个电子零售市场中占主导。

群创光电已宣布,他们生产的显示器的控电板已经有五分之二是3D的。友达光电也表示将有10%的控电板会支持3D。而三星电子、夏普和乐金显示这三个知名品牌的粗略估计也差不多。

3D技术有优劣之分,因此这将会很可能将引起未来3D产品的价格战,容量不断增长的3D市场最终将走向成熟。

中国电信 8月1日起 调整手机呼转资费

本报综合消息 近日,记者从中国电信公司了解到,中国电信将于8月1日起调整手机呼转转移业务的资费标准结构。

据了解,在资费标准结构调整之后,手机呼转转移业务资费将不再区分用户是否在归属地或漫游地(不包括国际和港澳台地区漫游情况),也不再区分各种呼转类型(无条件呼转、遇忙呼转等情况),这意味着,手机呼转转移业务的资费标准结构将大幅简化。在资费结构调整之后,如果用户将号码呼转至归属地,其基本通话费为0.1元/分钟;如果用户将号码呼转至非归属地,则按照基本通话费(0.1元/分钟)+长途费(最高0.06元/6秒收取)。

家电产品时尚热潮不断升温 创新家电带来惊喜

本报综合消息 微波炉设计成圆形,电风扇去掉了扇叶,蒸汽电熨斗没有了电线,多士炉改成斜开口……最近一段时间,越来越多的家电产品走上时尚潮流的路线,而各个厂商设计创新的目的只有一个,那就是为消费者带来更多新体验。

据了解,家电产品时尚热潮不断升温,而且所谓的时尚概念也不仅仅停留在外观或颜色上,很多产品从设计开始就突出创新概念。格兰仕新上市的一款名为UOVO的向上开启的圆形微波炉,采用多级开门铰链系统,实现大角度上开门,消费者不仅可以轻松制作蛋糕、曲奇等西式美食,还能够像明火一样烧、烤、炖、蒸和自由翻炒,充分满足中式烹饪习惯。再如戴利斯品牌的一款电风扇,把传统的扇叶完全取消,利用类似烘手器的“空气切片”原理,实现风量上,送风更平稳更舒适的效果。松下近期上市的一款电熨斗,把熨烫时常常成为障碍的电线“藏”入底座中,使用时完全不受电线的束缚,同时还具备挂烫和平烫两种功能,使熨烫衣服变得更为轻松。有行业专家表示,越来越多创新型时尚家电的面市,体现出市场需求的多元化趋势,标志着国内家电产业开始从“制造”向“创造”的转型和升级。

中国彩电市场 10年消失 20 品牌 集中度继续提高

本报综合消息 竞争激烈的彩电市场,经历了一轮洗牌。数据显示,10年间新科、上广电等20多个彩电品牌相继退出历史舞台。专家预计,未来平板电视行业的增速将放缓,竞争日趋激烈,行业的集中度会越来越高。

近日,在中国数字电视发展高峰论坛上记者了解到,2002年左右平板电视消费市场启动之时,市面上仍然存在着30多个品牌。将近10年的时间,近20个耳熟能详的品牌已经退出了平板市场。现阶段,国内平板市场主要集中着10个品牌。从销量占比上比较,外资品牌的销售量占比是35%,国内品牌的市场占比是65%。

随着平板电视市场的日趋饱和,彩电厂商开始将3D、智能电视视为新的利润增长点。据中国电子商会调查办公室(2011)上半年中国平板电视城市消费者需求状况调查报告显示,预计到今年年底,LED电视的销量将达到1800万台。报告还指出,得益于3D电视价格迅速下降,今年3D电视消费超预期增长,全年有望突破600万台,智能电视的需求也将达到400万台。

然而市场的竞争还是不可避免的,为抢市场企业也不得不使用“价格屠刀”,即使是高端产品,也将面临低利润的挑战。

对此,中国电子技术标准化研究所副所长赵新华表示,硬件、软件、网络、媒体资讯过渡提供了很好的基础。“要摆脱低利润的困境,彩电企业必须继续加大创新力度。另外有实力的企业要通过结盟、合作等方式实现规模效应、共同协作打通产业链,整合资源才能降低成本。”



政策促家电产业升级 生产集中度大幅提升

本报综合消息 今年6月,空调惠民补贴政策刚结束,家电市场就打起了销售大战,各个家电企业把重点市场转向变频空调,而这其中,掌握变频空调核心技术和重要零部件的企业相对拥有更大的话语权和控权权。拥有生产压缩机企业的美的更是自信满满,声称在2013年将进入“全变频时代”。海尔销售市场也刮起了绿色节能健康之风,无氟变频除甲醛空调热卖。空调第二、三梯队企业更是不甘示弱,加大变频空调的推广力度。空调业洗牌之战已打响。

随着补贴政策结束,家电下乡政策也接近尾声。山东、河南、四川、青岛三省一市首批试点地区的家电下乡政策将在今年11月到期,其他地区将在明年11月到期。家电下乡政策的终结,对小品牌的冲击最大。因为在家电下乡政策实施之时,小品牌凭借政策打开了第三、四线城市和农村的销售市场,形成了相对成熟稳定的竞争环境,消费者对产品和价格都有了更高的接受度。

有家电业专家表示,虽然家电下乡政策会对一部分通过家电下乡复苏的品牌带来一定程度上的打击。但取消政策扶持对有技术、有品牌、有渠道的企业是一个利好消息,因为市场竞争会更加充分。

家电市场从上世纪80年代中期开始,经历了产量竞争阶段、质量竞争阶段、营销竞争阶段和管理竞争阶段,现在开始进入核心竞争力的战略阶段。家电企业已经很难再凭借价格战、渠道战等单一战术取胜,更要通过核心竞争力取胜,通过有效的综合战略取胜。

正如奥维咨询研究院院长张彦斌所说:“这一轮冰箱业的洗牌手段将从单一的市场规模战、价格战转向综合手段的博弈,重点将在以技术创新、市场创新、理念创新为代表的企业核心竞争力塑造上。”不论是冰箱业还是其他的家电业,技术创新和理念创新为重点的核心竞争力塑造都是企业在大浪淘沙中获得生存机会,甚至跻身前列的有效手段。

家电行业在经历了无序发展、快速发展后,又迎来新一轮市场淘汰和兼并重组,在此之后,家电行业生产集中度将大幅提高,并进入寡头垄断和品牌对垒阶段。小品牌必须在战役中智破格局,才能求得生存,而大品牌不仅要打好攻坚战,更要以核心竞争力和综合战略制胜,才能占据家电新格局中的有利地位。

暑期 3C 消费热潮来临 单反相机成学生新宠

本报综合消息 随着考试的学习,一批批学生结束了一个阶段的学习,准备进入高中、大学。许多家长开始为孩子做着入学的物质准备,大手笔支持孩子购买数码产品,万元左右数码相机最受学生的青睐。

万元装备 慰劳苦学孩子

据照相器材负责人介绍,最近一段时间,店里多了不少家长和孩子的踪影。他说,“最近来购买相机的主要人群是高中生。有不少高中生和家长来买相机,都是家长在兑现高考前的承诺。现在的孩子对相机几乎连看都不想看,一般来了就直奔单反相机。选什么型号,家长也全由孩子拍板。”

近日,记者在某照相器材公司见到了五六对父母带孩子来选购数码相机,王女士介绍,高考前就答应儿子,考好了买个“大件”,结果儿子还真考得不错。儿子的选择比较出乎我的意料,原以为他会买个iphone4,结果他告诉我,他想学摄影,要买个单反相机,相机型号我也整不明白,就全听他的了。”记者看到,王女士的儿子最终选了一款价值11000多元的相机。对此,销售员赵小姐介绍,现在家长舍得在孩子身上花钱,五六千元左右的单反机最受青睐,万元左右单反相机也有不少学生购买。昨天,我卖的尼康D7000和佳能60D都是学生买的。

各有所长 购买量力而行

记者走访发现,不少学生此前用数码相机,对于数码消费有经验,现在选择单反相机,挑选起来得心应手,在购买时趋于理性。不过也有家长对学生购买高档数码产品提出了不同的看法。刘先生认为,高考结束只是孩子人生中另一个新的开始,孩子将步入集体生活时间更长的大学,家长更应该提前在生活、消费观上予以引导,不应盲目地满足孩子的物质需求。而更多家长表示,花大价钱买高科技数码产品,是希望能为孩子学习提供帮助。

业内人士认为,卡片机和单反各有优劣。卡片机体积小,用起来方便,可以随时拿出来使用。很多旅游摄影爱好者,在手持沉重的单反相机和大大小小的各类镜头的同时,往往兜里还揣着一个卡片机,用起来更方便。而且,现在不少高端卡片机,快门经过改进,还增加了不少功能,拍的照片效果也是相当不错。目前,大多数学生对单反相机知识并不丰富,还在学习中或对相机的热情感并不强,只是将其作为工具使用,他只是希望利用单反加深学习。如果只是这样的需求,最好选择入门单反相机即可,以免造成不必要的浪费。

苏宁引爆 7月会员回馈盛典 三重惊喜激活你的会员“DNA”

本报综合消息 盛夏七月,正值苏宁电器上市七周年,记者从苏宁电器了解到,为了答谢广大消费者一直以来对苏宁电器的支持和信任,苏宁将推出多种形式的促销活动,为全国会员献上一场精彩的促销盛宴。即日起至7月24日,苏宁会员感恩回馈盛典全面启动。

苏宁会员送油 会员卡尾数逢7抢免单

据悉,即日起至7月22日,会员预充20元就送200元礼金券+食用油礼品券,7月23-24日购物满2000元即送食用油1瓶。

此外,苏宁针对会员推出满减寻找幸运卡的活动,7月16-17日会员卡尾号为777,可享受活动期间5000元以内购物免单,每日限前5名;尾号为77,可享受购物5000元以内50%免单,每日限前10名;尾号为7的会员可获赠7500积分,每日限前50名。活动当天先到门店登记会员信息及购买商品型号和价格,数量有限,先到先得。

好礼嘉年华 缤纷欢乐送

7月21-24日会员无需购物,凭会员卡至苏宁各门店登记,享受1折积分起兑目录会员好礼,至海秀东路店享受5-8折积分兑换终端会员礼品。购单件彩电3000元以上,凭当天购物发票和会员卡至前台登记报名,免费参加《变形金刚3》电影包场活动,每张每张发票可领取两张包场观影券。会员年中回馈盛典升级周之际也将全面推出,让利更多苏宁会员。

暑期大片、旅游大奖 尽享在苏宁

记者从海口苏宁了解到,7月23日苏宁感恩回馈会员专场,专门推出会员特惠及积分增值商品,购任意商品就送7500积分,购手机满1200元,凭1200积分兑换电影票1张。此外,苏宁还推出“红色之旅”旅游活动,即日起至7月17日,购物即可参加旅游抽奖活动。中奖顾客免费游:工农红军琼崖纵队改编旧址-冯白驹故居-万泉河风光-琼海市红色娘子军纪念馆-万泉河竹筏漂流。

更多活动请咨询苏宁门店,会员们带上你的会员卡快去苏宁激活你的会员DNA吧!

2011年LED电视将达48.7% 延伸中小尺寸

本报综合消息 台湾拓璞产业研究所(TRI)日前发布了2011年上半年的彩电市场数据报告。从上半年彩电整体市场来看,中国大陆液晶电视市场需求疲软,销售量增长放缓,但对于2011年下半年各厂商都持乐观态度,特别是LED电视、3D电视,厂商给予了极高的期望。

从品牌来看,海信2011年液晶电视销售达1000万台,LED电视占比50%,3D电视占比20%;创维目前LED电视渗透率为50%,3D电视渗透率10%,预计到2011年底LED电视达70%左右,3D电视渗透率20%;康佳LED电视渗透率20%~80%,3D电视渗透率15%;长虹目前LED电视渗透率为30%,预计到2011年底达50%,3D电视将从目前10%到2011年底增长为15%,LED电视渗透率将达50%。

2011年LED电视将是主力产品,预计2011年销售量将达1948万台,渗透率为48.7%,价格的下降无疑是其快速发展的利器。根据TRI的统计,单一功能的LED电视与CCFL背光液晶电视的价差在1.0-1.2倍,而随着大陆本土厂商LED产业链的完善,LED电视也延伸到中小尺寸产品,不少大陆本土厂商都推出26英寸-32英寸的LED电视产品,与普通液晶电视相比,价格仅相差几百元人民币;其次,《平板电视能效限定值及能效等级》标准的正式实施,以及呼声很高的节能补贴,都将加快LED电视的普及速度。

家电厂家抢市场 中企延长保修外企主打召回

本报综合消息 当中国家电企业围绕“售后服务”打“延长保修”牌时,外资家电企业却因为质量问题频频对产品进行“召回”。难道国产产品的质量可靠性早已超越外企企业?

内情可不是这样。面对持续不断的低价恶性竞争,外资企业似乎更聪明些,他们选择以“核心技术”推动产业和市场竞争升级的商业路径,通过建立“全产业链”布局实现了“进可攻、退可守”的优势地位。

在外企品牌频频“免费召回”之际,国内家电企业却在市场上掀起了一场持续多年、覆盖面极广的“延长产品保修期”的竞赛。美的、格力、海尔、志高、TCL、创维、长虹等企业围绕空调、冰箱、电视等产品展开了从国家“三包”规定的1年保修,迅速演变成企业承诺的3年、6年、8年、10年、12年等一系列超长保修,甚至还有企业提出了“终身免费保修”的承诺。

奇怪的是,“超长保修”并未获得来自外资企业的参与和响应。2010年,中外彩电企业曾围绕“平板电视”显示屏保修时间展开一轮博弈。由于“三包法”实施时平板电视尚未面市,松下、三星、LG、东芝等外资企业以“法律未有规定”为由拒绝将显示屏作为“主要部件”提供3年保修。TCL、长虹为代表的国内企业则在国家标准颁布前主动推出“显示屏3年保修”的承诺。

事实上,目前在诸多家电产品的核心技术和部件方面,三星、松下、东芝、夏普等企业仍占据主动权。更为重要的是,外资企业近年来积极探索以家庭为核心的新商业模式再造,实现了从产品制造商向系统服务商的战略转型。

冰箱变成“毒物” 夏季冰箱使用方法介绍

“一次购物,长期消费”已成为很多家庭食物消费的主要形式,即在超市购物时,一次大量购买新鲜或冷冻的食品,放置于冰箱中,然后每天按需消费。然而,食物在冰箱内贮存的时间过长或方法不正确,不但会出现形状、颜色、味道等改变,营养成分含量下降,并可能产生有毒有害物质,使食物变“毒物”。

本报综合消息 在冰箱中贮存一段时间后,食物中碳水化合物、蛋白质、氨基酸、维生素C、钠、钾等含量减少,营养价值下降;此外,食物中亚硝酸盐、三甲胺氮等有害物质与细菌数量也会由少变多,由此产生的危害越严重。

由此可见,平时应根据实际消费情况,按需购买,并对冰箱中所存放的食物心中有数,及时消费。此外,我们还要对冰箱及时进行清理,定期消毒,以保证冰箱的使用安全。

配方奶粉营养丰富,同时也是细菌的最好培养基。当天气炎热、空气湿润时非常有利于细菌生长。孩子如果吃了被细菌污染的配方奶粉,极易引起消化道疾病。一般来说,配方奶粉开封以后,应该在1个月内吃完,如果是袋装或者盒装的奶粉,开启通风保存切忌放在冰箱中。

平常保存时,每次用完将盖子盖好,放在阴凉通风的地方,不要放在冰箱里,因为冰箱里潮湿,开罐后的奶粉容易吸潮,引起奶粉的结块变质。

在使用冰箱的时候,一定要掌握好使用常识,不仅保证延长冰箱的使用寿命,更能吃到新鲜健康的食物。现搜集了一些冰箱内存食物时需要注意的问题,哪些食物是绝对不能放进冰箱的?有些甚至会成致病菌食品!

水果类

香蕉:若把香蕉放在12℃以下的地方贮存,会使香蕉发黑腐烂。

鲜荔枝:若将荔枝在0℃的环境中放置一天,即会使其表皮变黑,果肉变味。

热带水果:由于害怕低温,不适宜放在冰箱里,如果冷藏,反而会“冻伤”水果,令其表皮凹陷,出现黑褐色的斑点,不仅损失营养,还容易变质。未熟的水果,则更不能放进冰箱,否则很难正常地成熟起来。正确的方法是,避光、阴凉通风处贮藏。

蔬菜类

西红柿:西红柿经低温冷冻后,肉质呈水泡状,显得软烂,或出现散裂现象,表面有黑斑,煮不熟,无鲜味,严重的则腐烂。

黄瓜青椒:黄瓜、青椒在冰箱中久存,会出现“冻伤”——变黑、变软、变味。黄瓜还会长毛发粘。因为冰箱里存放的温度一般为4℃至6℃左右,而黄瓜贮存适宜温度为10℃至12℃,青椒为7℃至8℃,因此不宜久存。

叶子菜

因为它冷藏后比较容易烂。最好不要挨着冰箱放。

白菜、芹菜、洋葱、胡萝卜等的适宜存放温度为0℃左右。

南瓜适宜在10℃以上存放。

零食类

巧克力:放进冰箱的巧克力在拿出来后,表面容易出现白霜,不但失去原来的醇香口感,还会利于细菌的繁殖。储存巧克力的最佳温度是5℃—18℃。夏天室温过高时,可先用塑料袋密封,再置于冰箱冷藏室储存。取出时,别立即打开,让它慢慢回温至室温再食用。

炎炎夏季,一杯热的绿茶,不仅能使人蒸发出大量热量,茶中的多酚类、糖类、氨基酸等成分还能与唾液发生一系列反应,使口腔滋润,产生清凉的感觉。喝绿茶虽好,但绿茶在夏季却不易保存,存放时应注意以下几点:

1.避高温。夏季的高温会加速绿茶中的叶绿素降解,叶绿素会不断向脱镁叶绿素转化,鲜绿色会变成暗褐色。茶多酚等物质在高温下自动氧化作用也会加剧。据研究,温度每提高10℃,绿茶褐变的速度就加快3—5倍,茶叶容易陈化变质。

2.避光线。夏季的光线要比其他季节强。绿茶中的植物色素和脂类物质容易发生光化学反应,产生很多异味物质,从而导致绿茶有日晒味、陈味。高级绿茶对光尤其敏感,经10天照射就会变色;普通绿茶经20天照射也会失去鲜绿色泽。所以要用无色透明的玻璃瓶罐、塑料袋来贮藏茶叶。

3.避氧气。绿茶中的茶多酚是强抗氧化剂,因而其自身极易氧化,被氧化后泡出来的茶汤会变成深黄色,没有了绿茶的清香。

4.避湿气。夏季是多雨季节,雨水会带来大量的湿气。绿茶是一个多孔的疏松体,很多物质是亲水化合物,容易吸收湿气还潮。还潮后的绿茶含水量增加,当含水量超过8%以上时,绿茶就会加快变质,滋生微生物后还会霉变。

因此,夏季贮藏绿茶时,应放在阴凉干燥处,但最好的是将茶叶装在密封容器内,然后放入冰箱低温保存。

UFIDA用友

热烈庆祝用友 U8v10.0 隆重发布

紧跟时代潮流,把握管理时尚,成就“高效、创新、绿色”的幸福企业

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