

重塑全球产业格局 中国企业赢在云时代



时代机遇

智能云产品普及中的中国机会

云计算,这个掀起第三次 IT 技术革命的时代宠儿,对全球科技的发展已产生了不可估量的作用。随着云计算技术的应用延伸,全球以云为基础的产业正在蓬勃兴起,并已逐渐形成庞大的云产业链。

其中,智能云电视自去年 8 月推出至今,其市场表现已展现出了巨大的发展潜力。权威监测显示,智能电视在平板电视中金额渗透率在 2011 年 12 月已达到 33%,而智能云电视作为智能电视的高级形态与未来发展方向,在其中占到的份额也越来越大。作为智能电视的主导力量,智能云电视的市场前景一片大好。中怡康副董事长李基祥直言,智能云电视全面普及的时机已经成熟,全球彩电业即将迎来全云普及时代。

与此同时,全球电子信息产业也面临着另一场变局,日系衰退、韩系稳健、中系崛起正当时。专家表示,在这场技术与产业的变革大潮中,中国电子视像产业只有紧跟时代步伐,紧抓走上云端的发展机会,并在一开始就打好基础、布好局,这样才能在未来的智能云产业站稳脚跟,走在全球同业的前列,从而真正将中国电子信息产业做大、做强。

产业重任

产业协同领跑云时代

在目前全球消费类电子市场格局面临重新洗牌,智能云技术革命风起云涌的历史机遇下,中国消费类电子企业怎么样保持先发优势,怎么样进一步转型升级已迫在眉睫。正如工信部发布的《数字电视与数字家庭产业“十二五”规划》中所明确提出的,要在 2015

斯蒂夫·乔布斯曾说:“你如果出色地完成了某件事,那你应该再做一些其他的精彩事儿。不要在前一件事上徘徊太久,想想接下来该做些什么。”这句话对于现阶段的全球彩电业来说,再合适不过了。从 2009 年开始,彩电业与 IT 技术接轨,迈入飞速发展的轨道,从互联网电视到智能电视,再到智能云电视,产品快速升级。但接下来要做什么,这是当前整个产业必须面对的问题。

年之前,培育 2—3 个具有国际竞争力的企业,并全面支撑我国彩电产业转型升级。

“接下来该做些什么?”这是中国智能云电视产业的集体思考,也是每一个中国彩电人需要共同面对的问题。值得可喜的是,中国彩电企业已经逐渐开始交出答卷。据了解,在日前举行的 2012 中国(深圳)消费电子展上,长虹展示了基于 Android 4.0 系统的中文语音操控智能电视 Ciri A5000 系列,创维推出了基于 Android 平台的智能机顶盒 i.Kan 品牌、创佳水晶低碳环保 LED 电视等。而 TCL 也在日前发布了包括基于 Android 4.03 开发的 STV OS1.0 系统的 3D 智能云电视 V7500、搭载电视智能点读教育系统的 3D 智能云电视 E5390,并且确定了以“全云四驱”为核心的企业“全云战略”。对此,TCL 集团董事长李东生表示,思路决定出路,未来十年将是一个战略驱动、战略制胜的时代。TCL 全云

战略以智能云技术为引擎,以“全云技术创新、全云资源整合、全云产业协同和全云体验导向”为驱动,全面打造 TCL 在云时代的全球核心竞争力和产业主导力。据了解,TCL 多媒体、TCL 通讯均制定了各自产业的全云战略落地策略和举措。其中,多媒体将以“4P”策略,围绕产品、价格、渠道和促销四大核心环节全面发力。业内人士表示,这对消费者而言意味着今后只需花普通 3D 电视的钱就可以买到领先的 3D 智能云电视,而对行业而言,此举将直接推动 3D 智能云电视全面大普及。

全云落地 或改变全球产业格局

展望未来中国智能云产业的发展,相关专家表示在多重利好下,它的前景是非常诱人的。

首先,消费者对智能云产品的认知日益增强,需求逐步提升。相关数据显示,目前消费者对智能云电视的产品认知度已达到了 85%,其中接近七成有购买意愿。未来五年,国内家庭对彩电的需求平均每年超过 4600 万台,仍保持着稳定的增长态势。这对于智能云电视而言,无疑存在着巨大的市场潜力。其次,三网融合的加速,国家加大对宽带的建设投入,网络优化与提速已势在必行,这将在根本上为智能云产品的功能落地提供保障。

中怡康预计,今年国内智能电视总需求量将达到 1873 万台,仅用了不到 2 年的时间,智能电视的渗透率就已有望接近 50%,这样的发展速度不亚于 LED 电视当年的普及势头。并且到 2015 年,这个数字在全球将达到 1.3 亿台,最终将奠定智能云电视的市场绝对主导地位。同样的利好也发生在云手机上,预计到 2015 年,中国智能手机用户将突破 6 亿,智能云手机将成为绝对主流。 奇嵘



智能新品

LG 推出 1mm 无边硬屏 Cinema 不闪式 3D 电视



作为室内装饰不可忽略的重要部分,家电的挑选已经成为许多消费者考虑的重点。现在,LG 最新推出的无边硬屏 Cinema 不闪式 3D 电视 LM8600、LM7600、LM6700、LM6600 为消费者提供了更多的选择。仅

1mm 极窄包边的无边硬屏,使得轻薄的电视机身宛若一块整体的水晶屏。金属质感的机身,搭配独特的流线型腾云驾底座,摆脱了 3D 电视的厚重呆板,显得灵动而个性。

LG Cinema 不闪式 3D 电视采用了原创不闪式 3D 技术。据了解,第二代不闪式 3D 技术的 3D 画面更为清晰流畅,无频闪、无图像重影,不会左右眼信号串扰。

此外,其所配的 3D 眼镜无需电池、更加轻便,不会产生电磁辐射。

首款炫拍手机问世 金立 GN320 炫动时尚季

近日,金立宣布推出 e-life 旗下首款 1.4GHz 高通处理器、2.5D 弧形 4 英寸大屏的中高端机型 GN320,代号“小白”。小白拥有时尚清新的外型、高规格的硬件配置以及深度定制的软件优化。其中,独有的炫拍 DIY 功能更是金立首创,将前期拍摄与智能处理相结合,为用户带来更便捷、趣味的全新智能拍照体验。

“炫拍 DIY”适合多人合影拍摄,最多可支持 17 张人脸识别。它通过快速连续拍摄 5 张照片,记录下每个人的细微表



情变化。以人脸自动识别技术以及智能合成处理,可在拍摄的 5 张照片中针对每张人脸分别选择最优的表情,自动组合拼接。据了解,小白即将在近期上市。



新闻速递

微波炉平台化应用 美的开启行业新价值

近日,由美的微波炉主办的“开启行业新价值——2012 微波炉行业趋势发布会”在广东顺德召开。会上,美的不仅发布了半导体、太阳能和云技术微波炉三大创新产品,而且宣布了营销层面的三大新举措:把蒸立方作为独立的高端品牌推出;在超市停止销售 399 元以下产品,在 3C 系统停止销售 599 元以下产品;国内市场推行 VMI(订单式)产销模式。美的微波电器事业部总经理朱凤涛在会上对全球微波炉行业的未来发展趋势作了预测,他指出,第一,欧美日韩企业正逐步退出微波炉领域,中国企业逐步掌控全球微波炉产业价值链。第二,微波炉平台化应用,将进一步拓展微波炉产品的顾客价值。第三,智能技术推动行业持续升级。同时,为了提升微波炉行业的整体价值,美的提出了“微波炉平台化应用”理念。

方太签约张怡筠 启动“方太用户持续关怀计划”

近日,著名心理学家张怡筠博士签约方太暨 2012 方太用户持续关怀启动仪式在上海 FOTILESTYLE 方太顶级厨电馆隆重举行。在 FOTILESTYLE 方太顶级厨电馆,张怡筠博士用极具特色的情商管理理论和风趣好玩的情商测试为到场嘉宾上了一堂生动的幸福生活课,与方太共同开启幸福传递之旅。自此,方太将全面启动 2012 年方太用户持续关怀计划,与著名心理学家张怡筠博士一道,秉承“让家的感觉更好”的企业使命,让更多的用户感受更超值的服务,体验全面的幸福关怀。方太集团副总裁、首席品牌运营官孙利明表示:“将用户持续关怀计划与张怡筠博士独特的情商管理理论结合,有助于提升用户心理素质适应能力,缓解他们在职场、爱情、婚姻及家庭生活压力,努力使每个人找到属于自己的幸福。”

西门子嵌入式家电生活馆 登陆商务中心家电城

2011 年 8 月,享誉世界 160 多年的嵌入式厨房电器专家西门子,将“嵌入式家电,敞开厨房”这一厨房理念带入上海。2012 年 4 月 11 日,西门子家电又将“嵌入式家电”这一概念充分延伸,在商务中心家电城打造了又一个嵌入式家电生活馆,提出了 21 世纪嵌入式家电厨房的解决方案。

西门子从上世纪 60 年代就在欧洲推广嵌入式家电,来到中国后,更加注重在设计和技术上地不断创新,这也是其产品备受中国消费者及其合作伙伴欢迎的重要原因之一。国内许多知名地产商均与西门子结成开发合作伙伴。此次,全新的商务中心西门子嵌入式家电生活馆不仅是精品嵌入式电器专卖店,更是西门子生活方式体验馆。这不仅让用户对西门子传统印记中的高科技、高品质有了近距离的感受,更增加了几分浓郁的生活气息。

宏图三胞—英特尔 首家全景体验店开业

日前,英特尔公司与宏图三胞高科技技术有限公司(以下简称“宏图三胞”)联合宣布,首家个人计算全景体验店在宏图三胞上海七宝店正式开业,为消费者近距离、情景体验英特尔最新科技提供助力。同时,首家英特尔—宏图三胞全景体验店的开业,也树立了英特尔 2012 年体验式营销的全新里程碑。双方还共同宣布,截至 2012 年底,将共同开设 20 家英特尔全景体验店,为人们带来从产品到配件和软件的解决方案一站式购买服务,使更多的消费者享受科技带来的轻松便利。