

业界聚焦

2007中国国际消费电子博览会

互联无边界 3C大融合

7月6日至9日，在青岛国际会展中心举行的2007中国国际消费电子博览会（简称SINOCES），在3C融合的基础上提出了消费电子产业的“互联无边界”战略。这一思路改变了以往消费电子领域的传统认识。展会汇聚了家用电器、数字影音、移动通信等几大领域的全球430多家知名消费电子生产企业。本周，就让我们从展会上每个领域展出的最新产品，来提前感受一下未来消费电子产品互联、融合的和谐气息吧。



两大高清阵营正面较量

随着数字网络技术及无线应用的快速普及和发展，数码设备的应用已经完全打破了人们的传统习惯，数据的互通互联正在成为新的大势所趋。本届展会以“互联无边界”为主题，正是顺应了这一主题。其意义在于将电脑、服务器、掌上电脑、数字电视、手机、家庭影院、游戏机、汽车电子、安防系统等都加入到彼此互相对话的系统中来，实现数字内容自由共享。在本届展会上，我们可以看到包括惠普的“解决方案移动中心”、海尔的U-Home、西门子的整体智能厨房系列在内的诸多“互联无边界”产品，感受“互联无边界”生活。

“电子奥运会”

在奥运经济产业链中，消费电子产品不容忽视，尤其是基于无线技术的网络信息和高清电子娱乐产品，都将借助奥运契机实现快速普及，在中国市场上发展壮大。随着2008年奥运会的临近，本次展会成为奥运电子产品最大、最适时的产品展示和交流平台。据SINOCES组委会透露，消费电子行业所有2008年奥运会的合作伙伴、赞助商、供应商均悉数参会，包括联想、海尔、中国移动、中国网通、三星、松下等全球著名企业。同时，其他没有赞助奥运会的企业也将推出专门针对奥运会的产品，如LG、NEC、长虹等。并且，许多采购商如Bestbuy 百思买、沃尔玛、家乐福、嘉士达广利洋行、欧倍德、国美、苏宁等连锁巨头和其他国外大型采购团的采购预算都有所提升，甚至达到去年交易额的一倍以上，可谓名副其实的“电子奥运会”。

在这次展会上展出的数字影音产品数量最多，各种新奇的数码产品让人看了眼花缭乱。但最受人瞩目的，莫过于两大下一代高清DVD标准阵营的高调亮相，预示着下一代高清DVD即将登陆中国。

蓝光光盘阵营方面，不仅蓝光协会高层集体亮相，还把蓝光阵营的12家世界巨头——飞利浦、索尼、三星、松下、先锋、DTS、理光、TDK等公司的多种最新蓝光产品如蓝光播放机、带蓝光光驱的电脑以及各种制式的蓝光光盘等等，全面展现给中国的消费者。其中，TDK公司还现场展示了存储能力高达200G的蓝光光盘技术。美国音频技术专利公司DTS也首次在国内展示了其高清音频的DTS-HD技术。此外协会还举办了BD蓝光光盘协会

技术与市场报告会。通过一系列的活动，协会的高层官员和企业会员就蓝光技术在中国的应用与业界组织机构、企业、研究机构进行了广泛的交流。

蓝光阵营从一开始就强调蓝光光盘的画面质量和音效。一张蓝光光盘50G的超大容量是传统DVD的10倍。因此在国际上蓝光的系列产品受到了市场热捧。目前，蓝光放像/刻录机在日本市场的占有率是95%，占据压倒性销售优势。在美国，蓝光光盘已达到高清音像产品市场70%的份额。但事实上，所有在现场展出的蓝光DVD电影播放机都不是在中国生产的，例如，索尼、松下、先锋等日本品牌在现场展出的蓝光播放机都在日本生产。这就导致蓝光播放机的生产成本居高不下。

家电网络化

统标准DNET-Home系统。该系统将各种家电通过有线、无线的网络联接在一起，系统里的空调、电视等家电已变成可以通过手机控制的网络设备。索尼则凭借其丰富的产品线，在展区内将平板电视、笔记本电脑、数码相机、摄像机、无线打印、蓝光播放机等数字产品组合起来，组成一个纯数字化的家庭环境。

在平板电视方面，“高清”已经是电视行业的主流标准，所以在

据蓝光DVD协会中国部主席松村纯孝表示，目前一台蓝光播放机的售价在499美元-1000美元之间。

HD-DVD阵营方面，包括东芝、NEC、杜比等巨头都分别有独立的大展台，并且在已经上市的HD-DVD新品里，多半都已实现中国本土化。HD-DVD主导厂商东芝展出的两款HD-DVD播放机上都有“Made in China”（中国制造）的标志。本土化生产使得HD-DVD播放机具备明显的生产成本优势。据悉，目前一台HD-DVD播放机售价仅为300-400美元，与蓝光播放机相比，价格优势相当明显。目前东芝正在和更多国内的厂家商谈合作生产HD-DVD电影播放机事宜，希望以低价推广的手段，迅速推动HD-DVD的普及。

中国移动研发4G通信技术

中国移动下属机构日前透露，中国移动目前正在积极研发达到国际标准的下一代移动通信技术。据悉，中移动下属研究院目前正展开多个下一代移动网络技术研究项目，其中一项获得政府资金支持的核心研究为“WIISE”，这种技术能帮助移动网络提高带宽管理水平。中国移动希望在未来两年内，利用自有知识产权技术进行研发，并希望在国际上推广这项技术。WIISE主要应用于4G或者更先进技术。4G技术有望在2010年实现商用。目前，日本运营商DoCoMo在这一领域居全球领先水平。4G可以实现每秒100Mbps的无线数据传输。

平板电视成消费者首选

近日，中国电子商会、国务院发展研究中心市场经济研究所家电课题组，联合北京顾能市场调研中心，发布《2007年第二季度中国平板电视城市消费者需求状况调研报告》。报告显示，上半年国内城市市场销售平板电视360万台，其中液晶电视330万台，等离子电视30万台。

据悉，最近三年是中国平板电视消费市场发展最为迅速的几年。与2005年相比，2007年打算购买彩电产品的消费者家庭中，有购买平板电视产品想法的消费者家庭比重由53.4%增至82.5%，其中液晶电视占75.3%，等离子电视占7.2%。平板电视已成为大部分消费者购买电视的首选。

由于更多企业参与了国内平板电视市场的竞争，技术水平的提升大大地降低了产品生产升本，尤其是上游面板量产能力的提高，各尺寸平板电视价格平均下降幅度接近45%，大尺寸液晶电视平均价格下降幅度最大。据预计，2007年继续保持了平均降幅20%的水平，其中大尺寸平板电视产品价格下调趋势明显。

惠普联手上海电信推出“无线炒股方案”

抽样调查显示，如今股民炒股越来越依靠网络，仅有不到20%的股民坚持现场交易，而且77%的股民表示更倾向于移动委托交易。为此，近日惠普电脑联手上海电信及沪上知名金融机构和券商，推出一揽子的个性化“无线炒股”解决方案——“开户得电脑，无线大户室”。股民可享受无限时、不限流的无线炒股、无线冲浪的潇洒与便捷。

家用电脑往个性化方向发展

目前市面上的家用电脑主要以功能及性能来区分优劣和价格。但随着个性化消费趋势日益明显，更专业化、以用户为中心的“PC 2.0”时代开始向我们走来。为了满足消费者追求个性化及家庭装饰风格和谐统一的需求，各大电脑厂商纷纷将个性化作为战略方向，推出各种主打个性概念的产品。近日，明基就针对4大人群推出了Joyhub系列的4款最新家用电脑。其中，Joyhub NASA电脑搭配发烧级游戏液晶显示器，符合人体工学设计的X架构键盘，以及2.1全木质音箱，随时为你营造紧张刺激的游戏氛围。独特的“便当盒”扩展坞，把电脑机箱后面的USB接口、耳机麦克风接口等都集中在桌面，不用弯腰即可方便地进行各种数码产品连接、语音聊天等各项操作。新的“便当盒”还内置音箱，让音乐播放轻松自如。



展会奇趣新产品

随身上网掌机

这是一款介于超便携电脑和MP4之间的产品，偏向于个人娱乐，功能和定位已经超越了传统的MP4和MP3，支持无线WIFI技

术，不仅可实现无线宽带上网，支持QQ、MSN等即时聊天功能，还可以拨打SKYPE网络电话。

便携式移动上网终端

我们之前介绍过的由英特尔主导的便携式移动上网终端（Mobile Internet Device，简称MID）产

品，除了支持常规的影音娱乐外，还可以实现无线上网、GPS卫星定位等众多功能。

蓝光光盘及电脑光驱

蓝光产品目前已经非常丰富，从看影碟用的蓝光高清播放机，到台式电脑用的蓝光光驱，再到配备

蓝光驱动器的笔记本电脑以及游戏机。

HD-DVD展示

HD-DVD凭借其优良的性价比、中国本地化的生产以及逐渐丰富的片源，相信将有利于其迅速推广、普及。