

主持人:朱江华

# 买电脑 高清护眼成主流



朱言辣语

主持人:8月,预示着一年一度的暑假计算机产品销售高峰的结束,但电脑商家的暑促大战仍在如火如荼进行中。随着台式机在主城区的增长放缓,液晶显示器的降价和PC的新品上市,升级换代成为今年暑期消费的新热点。业内人士预计:今年暑促,笔记本电脑的增长速度要超过台式机成为消费中的“新贵”。



海尔  
电脑中南  
大区总监  
梁占

梁占:谁拥有笔记本电脑,谁就拥有中国PC的未来。海尔今年把笔记本电脑业务定义为核心业务,并推出更多轻薄型笔记本电脑产品以满足消费者需求,因此,预计暑促销量将会比去年增加50%。

沈闻润:笔记本电脑的销量呈递增趋势,暑促会有较大的增长,而成为电脑市场的主流,目前主要的瓶颈还是价格。尽管笔记本电脑市场竞争趋于白热化,但针对不同人群推出不同笔记本电脑的差异化

路线,才是电脑生产企业发展的出路。

杨春萍:暑促,笔记本电脑销量增加的原因是由于笔记本电脑的价格在下滑,而且下滑幅度比台式机高10个百分点。去年国际品牌最低在8000元左右,而今年最低达到了7000元,而新一代迅驰、宽屏、轻薄等技术优势更成为商家的竞争砝码,因此笔记本电脑的多媒体功能大幅提升,提高了同台式机争夺高端用户的实力。

主持人:尽管目前电脑利润率已经降到一个较低的水平,产品的差异逐渐缩小,价格逐渐走低。但从产品技术看,随着消费类机种逐渐成为市场主流,一些针对消费者的设计和技术规格逐步加入,如涉及本机、网络、系统等全方位的安全技术是否将成为2009年行业市场的重要?

沈闻润:笔记本电脑和台式机的技术差别不大,随着上游供应商降低成本,笔记本电脑的价格将进一步降低,市场规模将会更进一步增长,尤其是在1~3级市场中。PC不再是一个工具,而是变得更有个性。未来消费类PC的发展方向,将以体现用户的生活方式为更重要的目的,而不再仅仅局限于对产品硬件、软件的关注。

杨春萍:毫无疑问,安全电脑将是同方在2009年关注的重点。关键是企业能否在第一时间推出具备成熟解决方案的新一代安全电脑。在对安全产品需求旺盛的军队、公检法、金融等行业,无论是供应商还是行业代理商,格局和势力分配都相当稳定,但对

于零售渠道而言,安全产品的差异化所带来的差异化销售更能够满足客户的需求,同样也能带来更多的利润。

梁占:海尔电脑的技术创新推动行业的产品创新。现在两大融合非常的明显,第一个是3G加速融合,3G融合的速度在加快,从产品的变化来看,在音响、大屏显示、无限影片、音乐共享、网络视频、电视节目等方面具备优势的电视电脑化一体机,正成为家用PC的首选和行业发展的新趋势。所以说,整个3G融合的趋势越来越明显,提升消费者的娱乐体验将成为未来产品的一个主导趋势。

主持人:2009年7月9日,作为英特尔在中国最紧密的合作伙伴,凭借“海尔&英特尔创新产品研发中心”的强大技术支持,海尔电脑在青博会展出了最强劲性能的“雷神”X7高清润眼电脑。“全高清润眼屏”可缓解用户长时间用眼所带来的痛痒不适感,在不丢失高清影像细节的同时,更加关爱眼睛。

梁占:海尔电脑在暑促期间推出的最新润眼型号是其携手英特尔、微软、NVIDIA等业界巨头隆重推出的——新极光润眼电脑,该款将润眼特性与全高清技术完美结合,物理分辨率高达1920×1200,远超1080P的FULL HD全高清规格。而该屏特有黑晶α抗反射涂层,有效改善光照屏幕后的反射强度,有效缓解视力疲劳,此产品在“眼睛不干、不痛、不流泪”的高清润眼电脑研发上取得了瞩目的成绩。

杨春萍:不伤眼睛的润眼电脑已经成为海尔电脑在消费者心目中的代名词。作为中国著名的IT企业,海尔对消费者的需求有着精准的把握能力,因此,海尔不伤眼睛的润眼电脑突出表现,让消费者和

业界共同见证了其凌厉的进攻势头。同时,相信海尔电脑会继续不断超越,为消费者呈现更加卓越的高清产品。

沈闻润:依靠“润眼”而一举成名的海尔电脑通过持续的创新已成为国内“高清润眼第一品牌”。作为新技术的引领者与普及者,海尔电脑依托海尔集团中央研究院积淀23年的工业设计功底、海尔&英特尔创新研发中心、海尔&Nvidia数字高清实验室等业界领先技术平台,将英特尔最新处理器技术平台、NVIDIA高清显卡等最新技术完美融入到润眼电脑中,并针对不同消费群体各施所长,加入新工艺、时尚设计及娱乐功能等元素,必将对未来很长一段时间内的PC市场产生积极的影响。



中国  
家电产业  
研究员  
沈闻润



新华  
家电网河  
南主任  
杨春萍

## 海信LED 8月普及风暴成功激活市场

8月初开始,平板巨头海信在全国范围内率先启动了“LED液晶电视普及风暴”,全系列蓝媒LED液晶电视优惠1000元~4000元。上周海信47英寸蓝媒LED更是以30%的优惠幅度,突破万元大关,以9999元优惠价集中投放市场。从销售数据来看,这场由海信发起的LED普及风暴,不但助力海信LED电视整体销量实现了数倍大幅增长,也成功激活了国内LED电视市场的迅猛发展,成效十分明显。

据了解,海信蓝媒LED普及风暴采取了全国统一定价、统一布货、统一终端形象的“三统一”部署,在全国大中城市市场同时推出,声势浩大。再加上国家以旧换新的政策支持,加快了消费者更新换代、选购LED高端平板新产品的步伐,“海信蓝媒LED普及风暴”成为今年以来国内平板市场最具影响力的一次推广活动。

中国平板市场研究专家陆刃波分析,海信选择此时发动LED普及风暴占据了明显的市场

先机。首先,LED已经成为液晶电视产业升级的主流趋势,LED与普通CCFL液晶电视相比在动态对比度、色域覆盖率和能耗水平上有着明显的优势;其次,海信是中国最早从事LED研发、生产、制造的企业,有着充足的技术储备,技术进步是海信率先发动LED普及风暴的内在动力,再加上海信LED背光模组的强大支持,为海信LED提供了成本上的优势;第三,海信已经连续5年占据中国平板市场的榜首位置,有着突出的品牌优势、市场网络优势和产品优势。

作为国内最早涉足LED液晶电视产业的电视生产商,海信从2008年7月就批量推出了中国第一款自主研发的42英寸超薄LED液晶电视,同时正式建成投产中国第一条LED背光模组生产线,实现从LED背光模组做到整机产品的全面自主研发。到2009年4月,海信LED产品线拓展到42英寸、47英寸、55英寸等多种规格,并在LED电视研发上取得了40多项专利,

这为LED液晶电视在中国市场上的快速普及提供了强大的技术和产品支持。

据海信研发工程师介绍,蓝媒LED液晶电视应用了自主研发的自适应动态区域背光控制技术,色域范围更广,使光源利用率提升至70%,节能30%以上。海信47英寸蓝媒LED液晶电视采用了国内首创的大尺寸整机壳无色透明注塑技术,其高光流线型造型、超薄化、装饰化设计体现出现代家电的流行趋势,今年7月,该产品荣获了“2009首届中国彩电行业绿色成就大奖”,成为中国绿色节能产品的杰出代表。

据中国电子商会公布的市场调研数据显示:消费者对于LED电视产品的关注度已高达75%,在预期购买平板电视消费者中,LED的预期购买率高达34%。预计2011年LED液晶电视市场占有率将超过普通LCD电视,LED液晶电视成为平板市场主流的时代即将到来。

晚报记者 李无双

### 事件:长虹曲线竞购美菱集团

8月12日,美菱电器发布公告称,对美菱集团实施收购符合公司发展规划和“美菱”品牌统一维护管理的需要,为此董事会同意美菱电器作为意向受让方参与此次竞购。

点评:四川长虹控股的美菱电器决定出手美菱集团的产权的背后,其实是四川长虹有意整体收购美菱集团。目的是美菱集团的无形资产则指“美菱”注册商标及“美菱”商号专用权,不过这次转让的资产不包括美菱集团持有的美菱电器1.53%股权资产。

### 事件:摩托罗拉巨亏5.09亿

摩托罗拉财报显示,摩托罗拉移动设备(手机)部门销售额仅为18亿美元,同比下滑45%,仅一季度亏损就达到5.09亿美元。

点评:这家曾经是世界上最精良的手机公司,百年老企业,陷入无可救药的危机困境中:既使中国这个世界上市场发展增长最快、用户人数最庞大的手机市场上,摩托罗拉也步步败给其竞争对手诺基亚、三星、索爱,甚至打不过中国本土一些带着典型山寨色彩的企业。因此,技术是商业的驱动力,但一味偏执于技术忽略消费体验的把握,将则变成企业走向衰败的渊藪。

### 事件:“三联”商标案下月开庭

19日,三联商社发公告称,三联集团提出的“管辖权异议”已被法院驳回,本案的开庭时间为2009年9月22日。

点评:\*ST三联与三联集团的恩怨似乎难以了结。2009年3月,三联商社得知,三联集团在未按约定通知的情况下,于2008年6月25日向国家工商行政管理总局商标局申请将“三联”商标的所有权转让至第三方“山东三联电器有限公司”名下,后由于山东省淄博市中级人民法院因三联集团另外一起贷款纠纷案件将“三联”商标查封冻结,国家工商行政管理总局商标局才未对三联集团转让申请予以核准,使得三联集团暂未能将“三联”商标的所有权转让至第三方名下。

### 事件:家电半年报公布

从7月下旬开始,TCL、海信电器、合肥三洋、万家乐、青岛海尔、美菱电器等企业陆续公布的2009年1~6月份的业绩报告综合显示,市场销售、净利润均普遍实现了逆市上涨。

点评:实际上,尽管家电企业的销售业绩和利润均实现了一定的上涨趋势,但透过一些家电企业的半年报仍然不难发现,家电产品的出口仍遭遇了重创,一些大企业的出口下滑幅度在30%左右,而众多中小企业的出口则遭遇了全覆没或损失过半。

### 事件:东芝电视占有率仅1%

据奥维咨询研究公司的调研数据显示,东芝电视在中国的市场占有率从2008年年初的8%,下滑到现在的1%。

点评:近年来,东芝缺乏与国内消费市场进行持续的互动。由于经营上的压力,他们的广告投放和市场活动也在不断缩减,这又导致品牌在消费者心目中的认知度降低,导致市场份额的减少,形成了恶性循环。

### 事件:半数国产手机不合格

日前,浙江省绍兴市消保委抽查了36部GSM移动电话机,经上海市质量监督检验技术研究院鉴定,其中有21部国产手机为不合格产品,占被抽查总量的58.33%。

点评:由于手机市场竞争激烈,导致某些厂商不诚信经营,不法竞争行为也时有发生等,其结果是山寨手机、改装手机等无质量保障的产品充斥市场。这类无质量保障的产品对厂商来说是暴利,对消费者来说则是一种危害。