



新闻背景 5月6日,海信、TCL、长虹中国家电三巨头成立中国智能技术联盟

# 三巨头结盟 智能电视洗牌加速?



每周声音

主持人·朱江华



TCL集团董事长 李东生

**主持人:**家电三巨头结盟,号称其目的规范智能电视技术标准,共享技术成果,被业界称为告别“各自为战”走向“联合作战”的新时代,各位如何看待这一事件?

**李东生:**联合是大趋势,尤其是智能产业是一个产业链,TCL、海信、长虹能走到一起,是彼此对于智能产业方面想法比较吻合,技术协同性较多。成立的这个企业技术联盟,才有更大的出路。

**罗清启:**智能多媒体在我国刚刚起步,还有很多不明朗的地方。当国内家电企业在软件平台、面板、芯片都受制于外企、利润水平很低的时候,更需要形成联合优势和技术竞争力,从而在整个产业发展中占据主动。

## 强强联手,告别各自为战

**刘洪新:**智能电视已经进入到一个高爆发时间点,必须抓住眼前智能电视发展最关键的时期。从产业来说,国际巨头已经咄咄逼人,智能电视操作系统已经有了统一的趋势,急需一个统一的中国技术标准。

**主持人:**智能化是未来家电业发展的趋势。三家企业的抱团,就是希望通过共同超前把握智能多媒体的先机,从而筑起屏障。几位认为这在与外资企业以及国内其他竞争对手的竞争中会有哪些优势?

**刘洪新:**联盟的成立,主要目的并不是为了给竞争对手筑起屏障。而是期望站在产业的高度上建立起中国企业自己的技术标准,为了产业发展,在国际智能电视舞台上获得发言权。

**罗清启:**联盟的成立并不是为了在行业内给自己树立一个屏障,而是智能化时代的来临,智能电视已经不是一个产品,而是一个产业链,旨在共同打造一个智能终端技术标准,给整个智能产业的推进和健康发展带个好头,也为中国企业在世界智能化的浪潮中抢先赢得技术竞争力。

## 技术结盟,欢迎对手加入

**李东生:**智能多媒体终端联盟就是期望站在产业的高度上建立起中国企业自己的技术标准,给消费者和开发者带来品牌和技术的保障。希望未来能有更多的企业加入到该链条,为客户提供更多、更丰富的产品,以此在国际舞台才能面对更强的挑战。

**主持人:**一直以来,中国家电企业在市场上激烈竞争,获得了很好的市场份额和品牌效应,但是在技术标准和国际规范上,总是受制于人。尽管宣称技术联盟不针对任何对手,但还是被业界解读为“将加速彩电业重新洗牌”。各位怎么看?

**刘洪新:**仅半年时间,电视的智能化发展,就成为国内外彩电领域最大的热点。只有抓住智能多媒体发展的新机遇,实现技术和产品的共享,在技术和产品等方面领先一步,才能对内对外赢得竞争优势。因此目前海信正瞄准在多领域打造“智能化海信”。

**李东生:**从产业发展看,技术联盟,一方面在市场上给出一个明确的智能多媒体终端的技术标准,给消费者带来极大的便利;另一方面通过统一的标准的制定,可以降低研发成本,降低上下游进入的技术成本,对用户提供最丰富的应用;再次,通过统一的标准,保障联盟内智能多媒体终端互联互通,共享互联网的便利。

**罗清启:**智能化是未来家电业发展的趋势。三家企业的抱团,就是希望通过共同超前把握智能多媒体的先机,从而形成一个共享平台,获得联合竞争优势,并在与外资企业以及国内其他竞争对手的竞争中获得先机。

## 互补性强,加速彩电业洗牌

**刘洪新:**仅半年时间,电视的智能化发展,就成为国内外彩电领域最大的热点。只有抓住智能多媒体发展的新机遇,实现技术和产品的共享,在技术和产品等方面领先一步,才能对内对外赢得竞争优势。因此目前海信正瞄准在多领域打造“智能化海信”。

**李东生:**从产业发展看,技术联盟,一方面在市场上给出一个明确的智能多媒体终端的技术标准,给消费者带来极大的便利;另一方面通过统一的标准的制定,可以降低研发成本,降低上下游进入的技术成本,对用户提供最丰富的应用;再次,通过统一的标准,保障联盟内智能多媒体终端互联互通,共享互联网的便利。

**罗清启:**智能化是未来家电业发展的趋势。三家企业的抱团,就是希望通过共同超前把握智能多媒体的先机,从而形成一个共享平台,获得联合竞争优势,并在与外资企业以及国内其他竞争对手的竞争中获得先机。

## 空调大佬联手搅局热水器市场

5月10日,记者从“2011年中国空气能热水器高峰论坛暨美的战略发布会”上获悉,2010年空气能热水器销量69万台,销售额30.9亿元,较2009年增长38.12%、51.9%。随着美的、海尔、志高等空调企业先后切入这一市场,热水器行业正面临一场格局大调整。

晚报记者 朱江华

### 节能环保的新契机

在10日举行的2011年空气能热水器发展高峰论坛上,各大企业都对空气能热水器产品表现出兴趣和野心。

美的中央空调事业部总裁田明力表示,“作为这一产业的领导者,我们要在未来3~5年内带领空气能热水器行业全面抢占国内热水器市场50%以上的份额。同时,美的也希望从中占据全国空气能热水器50%以上的市场份额,在发挥一个大企业的社会资源整合力量的同时,推动一个产品向一个千亿元产业的完美升级与转型。”

“近3年来空气能热水器市场以高达50%以上的速度增长,成为继太阳能后以节能环保安全便捷等优点而崛起的环保新产品,跻身全球绿色低碳经济的主流通道,未来有望在中国市场上全面替代电、燃气等传统热水器,成为市场新的领军产业,由此也全面开创一个全新的绿色千亿级产业。”志高制冷设备事业部总

经理丁小江表示。

在论坛上,格力、海尔均表示,加大在空气能热水器市场出手力度,同时传统热水器企业万和、A.O.史密斯等企业也涉足空气能热水器行业。

### 有望享受国家节能补贴

据田明力介绍,空气能热水器节能性突出,加热相同体积的热水,空气能热水器要比电热水器节约75%以上能量,比燃气热水器节约50%的能量,比太阳能设备节约30%左右的能量。

中国标准化研究院能效标识管理中心副主任王若虹向记者透露,空气能热水器的节能性已经被行业普遍认可,未来这一节能产品可能会享受国家节能补贴,在政策的支持下,市场规模也将迅速扩大。

当前国内热水器市场总体规模已经接近1000亿元,而空气能热水器占比不足5%,还是

一片蓝海。这样的市场前景也将吸引更多的企业加大研发和产品铺货力度。

### 高价格成大规模推广难点

对于空调大佬进军热水器市场会不会对行业产生冲击,中国家用电器研究院副院长吴尚杰指出,空调企业的发力,有助于推动整个空气能热水器市场的做大做强。

不过,节能特点突出的空气能热水器在大规模推广过程中也存在一些先天弱势。家电行业机构产业在线总经理杨洁指出,其一就是价格,普通热水器(包括燃气热水器和电热水器)一般价格在2000元左右,而空气能热水器价位都在4000元以上,价格上不具竞争力;其二在冬季室外温度过低的情况下,加热性能将受影响。“随着技术的逐步创新和成熟,如果未来成本降下来,冬季加热性能也不受影响,产品普及将成为现实。”

### 飞利浦“问题灯”涉嫌欺诈

飞利浦问题灯成了耗电灯,让消费者无辜多花了冤枉钱,飞利浦应该对消费者进行补偿。如果飞利浦明知产品不合格,还冒充节能灯进行销售的话,这就违反了消费者权益保护法,涉嫌消费欺诈。

——中国消费者协会律师团团长邱宝昌

### 和谐共赢是国美电器主旋律

多数创始人和职业经理人之间关系都是比较和谐的,即使有一些分歧也会通过磨合来解决,因为和谐能够使企业健康发展。当然我们这样的年龄在考虑问题的时候可能更加全面一点、客观一点,也包容一些。应该说发生激烈的冲突不会有,和谐共赢将是未来国美电器的主旋律。

——国美董事会主席张大中

### 3D电视发展要确立标准

面对这样的受众面,提高用户体验,满足用户的观看期待是当前3D发展的关键所在。3D作为一种娱乐,用户有娱乐的选择权,而内容供应商则只有唯一的选择:制作与提供高质量、高品质的精品节目内容。急于发展3D而忽视内容质量,就会影响观众对3D的信心与期待。目前国外都是在高清的基础上发展3D,并且在内容创作和节目制作播出各环节都提高了要求。

——广电规划院信息所所长姚永晖所长

### 辣语

### 事件 外资冰箱或退出国内市场

据《制冷空调》大市场数据显示,海尔、美的、海信科龙等国内品牌占有国内一半的市场,外资品牌在市场中集体失声预示以后或将退出国内市场。

**点评:**外资冰箱高度依赖连锁家电卖场,只有少部分追求高品质人群购买,使外资品牌冰箱很难普及,并丧失了大部分市场。而国产品牌近两年大刀阔斧的扩产,渠道的日渐完善,销量的增加,品牌影响力的扩大,这又是外资品牌无法比拟的。

### 事件 TCL涉足能源项目

近日,TCL透露,董事长李东生正在研究在缅甸建设家电产业基地和投资能源项目的可能性,预计总投资额5亿元。

**点评:**TCL集团近期的澄而不清的公告,吊起了不少人的胃口,从其近期股票的走势可见一斑。而目前TCL创投所投风险投资项目和资源开发项目对本年度利润无明显影响,未来将继续集中精力在主业发展。但其股票平淡无奇的表现是否昭示着这一“玄乎”的利好出尽?

### 事件 海信获最高智商产品

日前,消费电子推进会联合国家广播电视产品质量监督检验中心,公布了首批智能电视产品信息化指数评测结果,海信XT69系列智能电视成为唯一一款获评“五星级”最高智商的产品。

**点评:**“智商”评测标准的出台,不仅为消费者选购智能电视提供了客观的依据,也起到促进智能电视产业健康发展的重要作用,未来彩电产品将贴上“智商”标签,从而给消费者和开发者带来品牌和技术的保障。