

# 2020 年智能家电产值将达万亿元



下班路上给空调发条微信或微博私信,让它提前启动预热,回到家就能直接享受温暖了……如今,这样简单的智能生活已近在咫尺。记者了解到,目前包括美的、海尔、海信等主流空调厂家纷纷推出了智能化空调,

提出人机交互概念。

“未来智能化设备将体现在我们生活的每一个角落。”奥维咨询副总裁金晓锋在日前举办的 2013 首届中国智能家电趋势高峰论坛上表示,到 2020 年,智能家电的产值将由 2010

年的 50 亿元飙升至 10000 亿元,智能终端将增至 8000 亿元的市场规模,实现十年增长 20 倍的飞跃式增长。

彩电的智能化已经颇为大众所接受,记者走访卖场时看到,现在市场上摆样销售的电视有 80% 都带有智能功能。值得关注的是,智能化概念的应用,让原本沦为夕阳行业的彩电,今年迎来了不少 IT 品牌的参与,乐视、小米、联想纷纷推出了自家品牌的智能电视,并以低价赢得了不少消费者的拥护,聚集起颇高人气。

奥维咨询预计,到 2020 年,智能电视渗透率达到 93%,智能洗衣机、智能电冰箱、智能空调的渗透率将分别增至 45%、38% 和 55%。尤其是在 2015 年后,将出现非常快的增长势头。

无论是空调、吸尘器、电饭煲、洗衣机等传统家用电器,还是电饭煲、消毒碗柜等小家电,其智能水平都在不断提高。中国电子商会副秘书长陆刃波认为,2014 年家电智能化有可能成为家电制造企业的主旋律。

(据《信息时报》)



## 全球首台云计算机问世

吞吐量 1.2GB/秒

日前,紫光股份有限公司在京推出了拥有自主知识产权的第一代云计算机——“紫云 1000”。相关负责人介绍,这是全球首台“云计算机”,单台“紫云 1000”CPU 处理器数量可扩充至 65535 个,存储空间可扩充至 85PB,吞吐量可达 1.2GB/秒,标志着我国云计算核心产业达到国际先进水平。

据悉,第一代云计算机最突出的特点是分布式新型体系结构,可以大幅提高 IT 基础设施的计算速度和存储能力。据了解,云计算机能够满足金融、电信等大数据行业用户的要求,促进信息技术在物联网、智能电网、智能交通等领域的广泛应用,有着广阔的应用前景。

张蕾 袁于飞 摄

## 物联网时代:空调企业展开“智能竞赛”

在 2013 年空调企业新品发布会上出现了好几个全球首款新品,海尔天樽微信空调成为行业内首款“社交空调”、美的空调在全球白电行业内首推空调“手机遥控器”、海信推出全球首款“互联网智能空调”、志高推出全球首款“云技术”空调……显然,空调企业已经开始在智能空调领域内激烈角逐了。

智能空调具有可随时随地操作的优势,能够让用户体验到前所未有的便捷性。在企业大力推广“全球首款”智能空调的同时,记者也了解到,目前智能空调的市场价格明显高于普通空调。这就意味着,价格将成为影响智能空调普及的一个很重要的因素。如果

企业想在这次空调智能化的比赛中,夺得更多的市场份额,必须适当考虑高价格对于空调智能化普及的制约作用。

与传统空调相比,智能空调最大的创新就是改变了过去“遥控器是唯一控制空调运行的工具”的观念,实现了手机、电脑、ipad 等多种互联网端口控制的功能。

对比几款智能空调新品,可以看出,智能空调产品正是通过把空调运行控制系统链接到互联网操作平台上来实现的。海尔微信空调把空调的遥控器转移到微信平台上、海信微博智能空调是把空调的遥控器转移到微博

平台上,志高云空调是把空调的操控平台连接到了电脑和手机上。

据悉,通过互联网,智能空调的用户在手机或电脑就可以随时了解家中温度、湿度、风速、风向等各项指标,并根据实际需要在线调整空调的运行状态。另外,智能空调还能根据室内温度和环境自动调节电量,一旦达到设定的温度和湿度,空调即以耗能最小的方式运行,大幅降低电费。

“智能空调多样化的控制方式,以及自动调节的功能特点,不但能给用户控制空调带来极大的便利,也让用户更省钱,更舒适,更健康了。”一位空调销售人员向记者表示。



## 大量商铺空置 中关村卖场遭遇转型之痛

在中关村 E 世界电子卖场遭遇商户撤离,经营公司变更的动荡之时,中关村海龙、鼎好两大电子卖场情况也不容乐观。受到供给过剩、竞争加剧以及电商冲击等多种因素影响,中关村电子市场已经失去往事的繁华景象。近日记者调查发现,中关村具有代表性的海龙、鼎好两大电子市场大量商铺处于空置状态,由于业务持续下滑,很多商户或被迫转行或将商铺搬迁至租金更低的郊区市场。

作为中国最大的电子产品零售市场,中关村曾经见证了我国电子产业的发展,其辉煌时期辐射半径一直延伸到长江沿岸。“就规模而论,中关村无疑是世界上最大的电子产品零售市场。”中关村电子商会秘书长齐波表示。

然而,随着电子产品品牌集中度日益提高,行业竞争加剧,市场环境发生巨变,2006 年之后,中关村电子市场开始走下坡路。2009 年,海淀区政府发布了《关于加快推进中关村西区业态调整的公告》,对现有业态进行调整,不再鼓励电子卖场、商场、购物中心、餐饮等业态在该区域发展,逐步调整传统商贸业规模,为高端产业发展腾出空间。

在市场和政策两大因素的推动下,随着最后一批经营电子产品的商户撤离,中关村这个中国乃至全球最大的电子产品零售市场将失去原有的光环,而依托它谋求生计,从事电子产品经营的这一群体将逐步瓦解。

(据家电网)

## 2014 年平板电视消费需求将首现负增长

12 月 16 日,中国电子商会、中国电子标准化研究院共同举办的“2013 年(第九届)中国平板电视市场发展高层论坛”在北京召开。

会上发布了《中国平板电视消费者需求分析及市场预测报告》。《报告》显示,国内平板电视消费需求经过 10 年的高速发展,目前已趋向顶峰,达到 4500 万台,未来几年数量增长的难度将越来越大,预计 2014 年会下降到 4400 万台。

《报告》预测,2014 年中国平板电视需求量将比 2013 年略微下降,国内平板电视需求数量首次出现负增长。不过,4K 超高清、OLED 和新一代智能电视将成为未来拉动平板电视整体市场增长的主要力量。从整体来看,2014 年平板电视需求市场环境虽比较严峻,但随着产品结构的调整,销售额将提升。

(据《中国电子报》)

## 新型城镇化:推动热水器行业再次变革

人民网发布的《2013 中国热水器产业白皮书》指出,城镇化是热水器品牌向三四级市场下沉的发令枪,热水器很快将成为城镇消费者的家庭必需品。

白皮书提醒,与城市消费者相比,三四级市场的消费者更注重实惠,看中产品的性价比。在面对三四级市场时,企业要做好分销商的开发和维护,更关键的是要关注农村的用电环境和消费者的使用习惯。尤其是电热水器,做好消费者教育工作,尽量杜绝安全事故的发生。同时,在服务网络的打造上以消费者为中心,在服务及时性、售后维修费用上,提高消费者的满意度。只有做好服务、关注消费者,最终才能站稳三四级市场。据了解,目前除了主流品牌以外,多个中小品牌热水器都集中在三四级市场。

(据人民网)

## 国内首台-4℃液态冰蓄冷饮水机问世

中国国内首台商用饮水机问世,日前在 2013 年度阿姆斯特丹水展亮相。这款由青岛吉之美自主研发,拥有自主知识产权的新产品,采用了独创的-4℃液态冰蓄冷技术,每小时可产 5℃ 左右的冰水 25 升,是传统家用饮水机制冷能力的 10 倍以上,目前已申请了两项国家专利。

该产品由青岛吉之美联合意大利制冷行业巨头共同研发,在国内吉之美拥有自主知识产权。通过-4℃液态冰制冷和蓄冷技术,实现了冰水的随取随制,保证了冰水的新鲜,并且一次连续出冰水量可达 10 升以上,能够同时满足 70 人以上适温冰水需求。

(据家电网)