

“智能风”席卷消费电子

2011年,全球经济上扬乏力,“智能蛋糕”,成为了一派沉寂中最甜美的问候。人们随时随地捧着智能手机、平板电脑娱乐或办公,街头巷尾讨论着苹果、乔布斯,一个呼之欲出的智能时代,火爆来袭。

而在中国社科院消费城市排名中处于前列的长沙,拥抱智能时代已经是一种风尚。

新产业格局凸显

湖南一位3C业内人士说:智能产品的迅速增长导致了消费电子产业全面性、根本性、长久性的变革,“其冲击和影响是空前的”。

几乎所有的消费电子巨头都被卷入了这场行业变革之中,包括诺基亚、摩托罗拉、西门子、索尼、松下、LG、三星、苹果等。

所形成的新的产业格局泾渭分明:苹果、三星成为智能领域的双寡头,以HTC为代表的一类企业顺势而为并脱颖而出,部分传统巨头则明显掉队,各临窘境。

企业掉队不仅仅是因为理念和产品没有跟上,更深层次的原因是,智能领域的生存之道不仅仅是设计,也不仅仅是应用,更不仅仅是硬件,它需要一个系统性的整合,尤其是应用与内容的构建。

新力量杀入智能领域

不能忽视的是:许多非消费电子类企业开始进入智能领域。

例如,以电子商务为核心业务的互联网公司亚马逊发布了Kindle Fire平板电脑,这看上去也没什么特别之处,但是,据高盛的预测,Kindle Fire平板电脑2011年销量将达600万台,花旗则预测Kindle Fire平板电脑2012年销量将突破1200万台。

换言之,这样的较量才刚刚开始。

尤其具有代表性的是美国科技公司。由于制造业萎缩,科技产业成为了美国最具实力的实体经济产业,谷歌、Facebook、微软、戴尔、英特尔、IBM、苹果……美国拥有庞大的科技公司集群,这些科技公司大多数已经身处智能产业庞大的生态圈之中,更重要的是,它们将会更多的介入智能产业。



年轻消费者在体验智能电子产品。(资料图片)

互相依赖、互相制衡

随着更多的竞争者加入,苹果、三星、谷歌、微软、英特尔等巨头彼此有着千丝万缕的联系——互相依赖、互相制衡。

比如,亚马逊、微软与三星分别开发平板电脑、或者操作系统,苹果从三星购买硬件,转眼间谷歌、苹果、三星又为专利争得死去活来。

而在传统消费电子时代,这种“合作与博弈”情况是鲜有的,诺基亚、摩托罗拉,只要做好产品、做好质量、做好营销就足够了,而今,这些已不足以构成强大竞争优势。

因此,无论2012年围绕“智能蛋糕”的竞争是否愈演愈烈,也许,新的厂商将在更深层次的变革中脱颖而出,又有传统巨头轰然倒地,一切都充满变数,唯有坚持创新,才能在这次巨大的产业变革中抓住最后的救命稻草。

■记者 杨迪

“智能蛋糕”诱惑下的竞争新态势

构建庞大生态圈:用户寻求已经扩大至应用、内容、服务层面,因此厂商必须要构建一个庞大的“生态圈”,提供比如“音乐、视频、在线位置服务”等服务。

相互博弈:不同于单纯的合作与竞争关系,生态圈的企业互相博弈,他们彼此协作、紧密关联,却随时准备给对手致命一击。

新商业模式:亚马逊推出Kindle fire则是构建了一个“低价硬件、高价服务”新商业模式,而更加崭新的商业模式,正在层出不穷的出现。

智能产品蔓延:随着智能趋势的发展,智能电视,甚至智能家电、智能数码都成为消费电子产业潜在的增长热点。因此,2011年又一趋势是以三星为代表的厂商进行全线智能产品的布局。比如,三星推出了智能电视、智能冰箱(国外)、社交媒体相机、wifi打印机等创造性智能产品。

三星电子“烹调”智慧生活

在这个时代,烘焙“智能蛋糕”的厨师中,三星是一个最好的代表。

2011年1月,三星电子在2011CES上正式提出“Smarter Life(智慧生活)”战略,这意味着,三星电子把握到了当下、甚至在未来很长一段时间内的产业路径,提前看到了“智能终端”的成长空间。

Smart TV 布局智能电视领域

与这一理念一同亮相的是三星 Smart TV,这些 Smart TV 采用潮流的 One Design 窄边框设计,提供全高清 3D 播放,拥有简洁的操作界面,以及自建的 Samsung Apps,提供丰富的、可自由点播的视频节目。

Smart TV 的出现于三星而言是在智能电视领域的提前布局,对行业的影响则是颠覆性的:传统电视从整机到上游面板、芯片市场份额都有所萎缩,许多厂商希望借助智能电视摆脱颓势,苹果、谷歌等厂商也希望借助智能电视拓展新的盈利空间甚至构建新的产业生态。

智能手机业务变现强劲

三星电子智能手机业务市场表现尤其强劲。

在刚刚发布的三星电子 2011 年第三季度财报中,三星电子通信业务创下 14.90 万亿韩元季度营收记录,同比增长 37%,其主要收入来自于销售强劲的三星 Galaxy 系列智能手机,同时,通信业务也创下 2.52 万亿韩元季度盈利之最。

手机出货量环比增长超过 20%, 智能手机出货量环比增长超过 40%, 同比增长逾 300%, 旗舰产品 Galaxy SII 持续火爆全球,上市 5 个月以来累计销量已突破 1000 万台。尽管价格竞争力有所提升,三星手机本季度平均售价还是有所上升。随着 Tab8.9、Tab10.1 问世,三星 Galaxy Tab 系列平板电脑销量得以持续增长。

更加注重技术整合

三星的布局还远不止此。技术上,三星更加注重技术整合,比如手机通信技术与电脑技术的整合;产品上,三星将在数码、家电、IT、商用等全线产品布局智能,比如三星结合智能手机、无线网络、智能电网技术开发智能冰箱。基于对智能趋势的准确把握,2011年,三星电子顺理成章地荣登 2011《财富》世界 500 强科技公司第一名,而另外一个典范苹果成为全球市值最高的公司。

产品秀

三星 Smart TV LED D8000

三星 LED D8000 采用了超窄边框设计,采用黑水晶超清晰面板,由此带来色彩纯净、栩栩如生的画面。英国最受欢迎的音像杂志《What Hi Fi Sound & Vision》评价 LED D8000:“它比以往我们看到的所有图像显示更清晰、更干净、更逼真。”

LED D8000 配备了智能应用中心(Smart Hub),用户可以在同一个界面中轻松找到自己喜爱的节目内容,还能随意上网冲浪。此外登陆三星的应用程序商店(Samsung Apps),用户还能获得更丰富的娱乐体验。

通过 3D 技术的改进,LED D8000 实现了真正全高清的 1080P 画面。



三星智能手机 GALAXY S II

4.3 英寸超大 SUPER AMOLED Plus 绚丽屏
1.2GHz 双核处理器 + 全新 AndroidTM2.3 操作系统
8.49 毫米超薄机身,极致科技颠覆想象
800 万后置(闪光灯)+200 万前置摄像头,灵感捕捉随时随地
1080p 高清摄录播放,感动细节纤毫毕现
可直接连接另一 Wi-Fi 直连设备,实现打印,共享,同步等功能
内置 Samsung Apps 三星应用商店,缤纷应用任你随时下载

三星平板电脑 Galaxy Tab 10.1

8.6 毫米极致轻薄机身 10.1/8.9 英寸超大全触屏
TouchWiz4.0 界面;AndroidTM3.1 智能操作平台
flash 视频播放 Samsung Apps 软件下载

