



2014年国际消费电子产品展(CES)7日在美国的拉斯韦加斯国际会展中心正式拉开帷幕,连展四天。据主办方透露,本届展会吸引了150多个国家和地区的3200多家厂商参加,净展区面积超过200万平方英尺,参展商数量与展区面积均创历史纪录,预计参观者将超过15万人。



1月7日,在美国拉斯韦加斯,海信公司展示新产品。 新华社发

谁能赢得未来市场

本报记者 徐惠喜

CES被业界视为全球消费类电子产品的风向标,被誉为创新和突破性技术的试验场,也是新一代创新产品进入市场的全球性舞台,吸引了世界各地的商界领袖。这里是世界各国消费类电子产品企业比拼的大擂台,谁能在展会上赢得足够眼球,谁就能主宰未来的发展趋势并赢得未来的市场。

跨界、混搭、融合,是今年展会的最大看点。越来越多的汽车厂商参展全球最大的消费类电子产品展,这折射了CES的新趋势新潮流。汽车厂商在CES上秀什么?如果说一年一届的车展向人们展示的是下一年汽车的发展趋势,那么CES则会告诉观众未来5年乃至10年的智能汽车是什么样子。

展览组委会的数据显示,今年参展的汽车整车厂商达到了创纪录的9家,包括奥迪、宝马、克莱斯勒、福特、通用汽车、起亚、马自达、奔驰和丰田在内的国际知名车企悉数到场。此外,还有包括德尔福、安吉星在内的100多家汽车配件厂商,展出面积同比增长25%。在14万平方英尺的展台上,各厂商向观众集中展示了消费电子与交通工具的互动与融合,汽车这一交通工具如何为驾驶者和乘客提供信息娱乐、通信、安全和辅助驾驶解决方案和服务。此外,各厂商老总还在展览期间的技术论坛上,向来宾传播全自动驾驶方案、自动驾驶系统与汽车与外部设施的互联互通等。个人移动设备与车载娱乐导航系统的整合,被业内人士认为是左右消费者购车选择的一大趋势。

展会的主办方、美国消费电子协会的统计数据显示,目前美国已有近六分之一的家庭拥有一辆配有通信/娱乐连接系统的汽车。2014年由汽车厂商安装的通信/娱乐技术设备的销售额将增加20%至110亿美元。随着汽车厂商将更多的消费类电子解决方案运用到更多车型,这一领域的市场将呈井喷态势。正如美国消费电子协会CEO盖瑞·夏培罗所言,“消费电子技术已触及从数字医疗到汽车的每一个角落”。

穿戴式设备可谓今年CES上最受青睐的产品。穿戴式设备是近年科技圈最时髦的话题,不管是IT巨鳄还是互联网新贵,都难以拒绝其“诱惑”,不同程度地涉足穿戴式设备领域。自谷歌眼镜发布至今,苹果、索尼、微软、英特尔、三星等一批跨国企业相继推出智能手表、智能腕带、智能婴儿服、会说话的鞋等产品。同时,我国的百度、盛大、小米、华为和联想等企业也纷纷宣布其可穿戴设备的研发及上市计划。与传统的音乐播放器、健康监测器、警报器和消息指示器相比,带有混搭风格、感应和联络功能的手腕革命显然更吸引眼球。瑞士信贷预测,未来2年至3年,可穿戴技术市场规模将由目前的30亿美元至50亿美元增长到300亿美元至500亿美元。这激动人心的趋势促使展会组委会专门创建了“手腕革命”技术展区,不少厂商在此展示了其从下载手表桌面、网络连接到应用程序的创新产品,而更多的电子厂商还将继续开垦这片市场,不断推出新奇好玩的穿戴式设备。看来,智能的穿戴式设备将逐渐改变人们的生活、工作和娱乐的方式。

此外,今年的展会上,4G手机、3D打印、OLED液晶电视、智能机器人等都是备受关注的领域和产品。顺潮流者得天下。引领展会潮流的商家,必然赢得未来的市场。

热点技术扫描

今年展会开幕前,可穿戴技术、超级显示技术、大众定制技术、自动智能技术等就已成了热门话题。

可穿戴技术的转折点

根据美国消费电子协会预计,智能手表2014年全球预计销量将达到150万只。另据Juniper研究机构公布的数据,到2018年,智能可穿戴设备创造的利润或将达到190亿美元。

超级显示技术更为成熟

在全球市场,2014年超高清电视销量将达250万台。但有专家预计,时髦的曲面电视也许至少还需要5年至10年的时间才能获得商业回报。

大规模定制引发革命

3D打印技术堪称大规模定制的典范。美国消费电子协会预测说,尽管这还是一个刚刚起步的市场,但发展迅猛,预计2014年全球3D打印产品销量将至少达到10万件。本届展会也特别开辟了3D打印技术展示区。

自动智能技术时代来临

奥迪等众多汽车厂商在本届国际消费电子产品展上亮相,带来了自适应巡航控制系统(ACC)、道路辅助技术、自动驾驶技术、车载电子设备,以及将汽车与互联网融合的各种新兴技术应用等多项最新技术。

传感技术,如今不仅可以捕捉大量数据,还可以通过无线通信与其他系统相连,处理更复杂的问题。这种技术不仅在自动驾驶技术方面表现突出,在智能家居领域也十分抢眼。室内定位、体感、数据传输三位一体的未来前景已初步显现。(据新华社电)

本版编辑 连俊 周剑

千家中企牵手 竞技电子舞台

本报驻纽约记者 张伟

中国作为制造业大国,近年来在CES的参展阵容日益强大。据主办方统计,来自中国大陆、台湾地区、香港地区和澳门地区的参展商分别为938家、175家、55家、1家,总计1169家,占到CES参展商总数的三分之一,参展企业规模达到历史最大。

联想作为全球第一大PC厂商及中国第一大智能手机厂商,在本次CES上展示了23款全新产品,除了手机及PC产品外,联想还带来了家庭云终端等创新性产品。联想集团董事长兼CEO杨元庆称,像联想这样的设备厂商提供的将不仅仅是硬件,而是硬件、软件和应用融合在一起的产品。联想现在是全球第一大PC制造商,未来目

标是成为包括传统PC、平板电脑、智能手机所有智能终端的全球领导者。联想不希望仅仅是数量上的领导者,更希望是创新和创造方面的领导者。

华为在其展台上推出了本年度第一款LTE旗舰智能手机Ascend Mate 2,全球首款支持PC端和TV端游戏对战模式的游戏终端TRON,以及音箱、耳机、移动电源和4G路由器等手机配件。华为在本届展会上宣布,将与中国智能电视企业创新进行战略合作,这将是智能电视为代表的大屏和智能手机及平板为代表的小屏之间的跨界合作,这一模式是双方不同的智能终端对用户服务的延伸。据悉,两家企业不仅将在产品和解决方案层面密切合作,还将进一步在零售渠道、增值服务、市场推广等方面形成多方位的合作,提升双方的品牌影响力和产品竞争力。

中兴发布了旗下全新旗舰产品Grand S2,针对国际市场的入门级别4G手机Sonata,可当做4G热点的多功能全高清投影仪DLP,首款智能手表BlueWatch等新产品。

作为白家电龙头企业,海尔在本次展会上继续为全球客户展示其高端、智能的产品机型,如智能嗅觉冰箱、全新系列的U9000系4K电视、新概念空调“天樽”。引起众多参观者围观的天樽空调,在外形设计上采用了非常概念化的理念,“风洞”造型几乎颠覆了以往全部空调产品的设计理念,它放弃了传统空调四方方的外观,使家电成为一种艺术化的装饰品,并且通过采用独有的风洞式设计,该空调的风量更大。

海信展示的智能互联网电视VIDAA,在这次展会期间举行的国际消



2014拉斯韦加斯国际消费电子产品展媒体日上,参观者体验中国联想集团推出的电子产品。 新华社发

移动互联网潮流席卷CES

本报驻纽约记者 张伟

CES是世界各国消费电子厂商展示最新产品、洞悉行业发展趋势的重要平台,早在今年展会开幕前,可穿戴技术、超级显示技术、大众定制技术、自动智能技术等科技前沿创新就已成热门话题。

可穿戴产品是今年的最新亮点,这些产品极具个性化,可佩戴在人体不同部位上,例如多种多样的健康跟踪装置,穿在身上、人机合一的电子游戏装备,智能手表等。被称作“手腕革命”的展区有10家智能手表厂商展示自己的产品。市场分析人士指出,可穿戴产品消费者人气和购买意愿正在快速增强,2013年可穿戴设备的市场收入在10亿美元至30亿美元之间。

今年的CES展会上,智能汽车成为一大看点。包括奥迪、宝马、福特、奔驰在内的共9家汽车制造商现身展会,创下CES展会有史以来汽车厂商参会数量的最高纪录。汽车开发商正在研发更具科技含量的仪表盘生态系统,打造可以自动驾驶的“智能汽车”正成为汽车业迅速发展的方向。车企聚焦的主题之一是如何将个人移动设备与车载娱乐导航系统整合,业内人士认为这将是左右消费者购车选择的趋势之一。

改善家居生活是科技创新的永恒主题。一些公司展示的高端电视机使用了超高清技术,被称为4K电视机,最新推出的曲面电视,屏幕尺寸达到105英寸。虽然供应超高清电视的内容目前仍然短缺,但是业界人士认为,超高清电视将是未来发展的潮流。此外,可帮助用



1月7日,在美国拉斯韦加斯,纯电动智能跑车特斯拉出现在松下公司展区,松下公司为这款车提供了电池解决方案。 新华社发

户随时了解家庭水电气使用情况的家居自动化系统和智能家电产品,可促进病人与医生就用药问题进行沟通的智能药盒,可通过手机应用来控制的玩具机器人,应用更加广泛的3D打印、移动应用程序等,也使人感受到科技创新和智能技术带来的便利与乐趣。

市场分析人士指出,与健康健身相关的智能电子产品已经成为行业热点。本届展会为健康和健身电子设备提供的展台面积较去年扩展了40%。数据显示,与全球健身和健康服务相关的可穿戴电子设备,应用软件和服务销售额预计将在今年达到16亿美元,到2016年增至50亿美元。

费电子全球领先品牌颁奖典礼上,获得“年度全球最佳互联网电视”称号。同时,海信正式发布了最新研发的“U-LED画境显示技术”。彩电制造商长虹发布了首款OLED智能电视,世界首套基于家庭互联网战略的智能电视、智能冰箱、智能空调,以及手机、小家电和厨卫设备等,展示了家庭整体互联网解决方案。

除了海尔、华为这些声名远扬的大型企业,一些来自中国的“新面孔”也出现在CES的展台上。例如,来自中关村的全球领先的移动平台解决方案提供商中科创达,在本次展会上展示了智能手机、平板电脑和智能电视三类解决方案。此外,中科创达为中国电信进行安卓系统深度定制的“云手机”平台也出现在其展台上。

中国企业正加速进军海外市场,在世界最大规模的消费电子产品展上的影响力显著提高:在曾经由微软占据的“黄金地段”与英特尔展台为邻的是海信,在展览中心的中央大厅里有海尔、TCL、长虹电器、康佳等中国企业。在通信设备展厅中,华为技术的展位也是最大。华为董事长余承东在记者招待会上自信地表示,华为智能手机在电池以及画面性能上超越苹果,三星的新机型。目前在全球智能手机市场,华为仅次于三星和苹果,位居世界第三。2014年华为将销售计划提高至8000万部,相当于去年的1.5倍。在超薄电视方面,中国厂商的发展也势头强劲。据全球领先市场调研机构美国NPD DisplaySearch报道,2013年第三季度TCL在全球的市场份额超过索尼位居世界第三,海信超过松下上升至第五。此间媒体报道称,本届展会正刮起“中国旋风”。



科技“群英会” 吸引力何在

徐惠喜

近半个世纪以来,各国参展企业一年一度在此聚首,展示其最新产品,或探讨消费类电子产品的未来发展方向。如今CES已发展成为全球最大的消费类电子产品和技术的年度会展,成为当今世界规模最大、水平最高和影响最广的消费类电子产品展览会的代名词。

世界各国的成千上万的消费类电子厂家,不远万里,带着看家本领,每年像朝圣般聚会于此,比拼的就是各自引领潮流的产品和技术,以此博弈未来的市场。今年的CES,有超过3200家厂商参展,总计展示15大类科技电子产品,20个技术专区,将有2万多种新产品在这里发布问世。这中间有多少会成功走向市场,走入千家万户?消费者会给出最终答案。

吸引各国电子企业聚会拉斯韦加斯的另一原因,是展会的参展人员数量多、级别高。分析一下去年的参展人员情况,便可略见一斑。经第三方审计,2013年的CES共吸引了152759人参加,其中参展商多达94381人。在参展商中,企业高管占43.7%,达41216人。何谓企业高管?专指总裁、首席执行官、总经理、高级经理和总监。耐人寻味的是,去年参展的企业总裁或CEO人数多达14237人,重视程度可见一斑。如此高级别的参展水平,是诸多其他展会所望尘莫及的。

CES的聚集和辐射效应,或许是各国企业聚会拉斯韦加斯的原因。



2014拉斯韦加斯国际消费电子产品展媒体日上,一家厂商演示一款新型的四轴飞行器。 新华社发