

上海家博会智能化热潮蔓延

智能家电曲高和寡制约发展

见习记者 马玲玲
证券时报记者 赵缜言

作为家电产业的年度盛会,中国家电博览会昨日在上海召开,吸引了国内外家电厂商的纷至沓来。证券时报记者注意到,家博会上智能化热潮持续蔓延,大小品牌纷纷亮出智能化标签。但从现场情况来看,动辄上万的智能家电多集中于高端产品,“曲高和寡”带来的市场需求不足等问题,则成为制约智能家电发展的重要因素。

高端家电落地难

借助家博会东风,不少家电企业近期纷纷秀出智能新品。记者了解到,智能家电“雷声大雨点小”,整体市场需求并不给力。海信电器昨日推出新一代智能冰箱,首次实现语音、条形码及手动三种输入方式,并搭载近距离无线通信和智能远程控制技术。海信容声(广东)冰箱有限公司总经理黄晓剑表示,该款冰箱是第一代智能冰箱的优化升级版,且可以实现海信产品的互联互通。

记者注意一些消费者的评价,认为该款智能冰箱2.8万的定价有些不“接地气”。黄晓剑坦言,新款智能冰箱与第一代定价相同,而第一代智能冰箱销量并不好。

针对近日热炒的智能家居概念,黄晓剑表示,海信电器早在2008年已布局智能家居,现在海信产品的互联已不是问题,只是目前智能产品比较分散。据黄晓剑介绍:整体智能家居目前主要障碍是市场需求不足,智能冰箱等单品的推出正是为了培育市场。”

基于智能家居概念,青岛海尔3月17日推出智能云冰箱,长虹美菱也分别推出CHiQ电视和冰箱,但定价都远高于普通产品。一位家电分析师表示,智能家电由于高端化定位和高成本,目前虽然不少企业推新品,但普遍没有很好的销量。

围绕客户做产品

在此次家博会上,奥马电器副总裁姚友军表示:“公司的发展方向是学习乐视和小米,降低智能化成本。”姚

友军认为,真正的智能化应该是让消费者使用感觉更可靠和简单,但国内的智能家电目前普遍比较复杂。

据介绍,国外品牌多注重从技术角度推进智能化,使家电更简单、更安全,而国内智能家电大都重视互联和多终端控制功能。

姚友军表示,奥马电器目前也正在研发智能冰箱,奥马的重心是通过技术让冰箱寿命更长,将智能功能内置在冰箱中,使得用户不需要复杂的操作便可实现多种功能。

姚友军介绍,奥马电器希望通过改变商业模式来实现低成本的智能化,乐视的模式是一个很好的借鉴,由于消费者很难承受高成本,因此需要通过第三方的加入来摊薄成本。

上述家电分析师则表示,企业降低智能化成本主要通过扩大规模,但目前市场需求难以短期扩大,也反向导致成本难以下降。

TCL多媒体首席执行官郭义表示,TCL以前注重产品和硬件,但没有真正围绕客户去做,公司近日发布“双+战略”,意味着真正转向以经营用户为中心。根据TCL集团的转型目标,计划在5年内成为智能电视、智能手机全球前三强。

智能电视方兴未艾

在智能家电中,彩电是比较容易为市场接受的产品,其目前的应用操作习惯类似于手机的延伸。北京奥维咨询调研数据显示,2013年约5000万台的彩电销售中,智能彩电的渗透率已经达到了50%,预计今年的渗透率将能提高至70%左右。

乐视电视高级副总裁彭钢认为,乐视电视从去年7月发布截至今年1月份,约进入了30万个家庭,总量相比传统家电龙头而言并不大,但只要跟智能生活相关的领域,乐视网今后都有兴趣涉足。

夏普商贸(中国)有限公司副总裁穆刚认为,夏普生产电视已经有60年的历史,智能化只是电视中的一个功能,就如同“画中画”、“高清画面”一样,主要是符合消费者需求,除此外也并没有太深的含义。

LG电子大中华区副总裁李相龙则表示,虽然智能电视渗透率不低,但真正使用智能功能的消费者比较少,有调查机构显示不到20%。

高德红外预计探测器芯片下半年量产

公司董事长黄立称,完整武器系统已试打成功,公司将步入快速增长阶段

证券时报记者 卢晓利 曾灿

高德红外 002414 董事长黄立近日在接受证券时报记者采访时表示,经过前几年的积累和储备,公司业绩将逐年增长并进入快速增长阶段。

据黄立介绍,经过5年的精心布局,目前除了传统的基础红外热像仪产品之外,高德红外的产品体系已向两个新的方向快速扩展,一是民用的消费级化的红外热像设备,二是高端的军用综合光电系统及武器系统总体。黄立表示,随着下半年芯片及探测器的量产,公司持续多年的研发投入将进入收获阶段,预期公司将进入快速增长轨道。

打破国外技术垄断

作为红外热像仪的核心部件,红外探测器芯片一直受制于西方政府和供应商。为打破国外技术垄断,2012年4月,高德红外用2.4亿元超募资金实施“红外焦平面探测器产业化项目”。今年2月25日,高德红外公告,公司基于非晶硅的非制冷红外探测器项目成果已获湖北省科技厅鉴定通过,下一阶段将开展试生产及批产工作。

黄立介绍,芯片量产主要取决于两个因素:一是关键技术,目前这个问题已经解决;二是生产线的建设以及生产工艺的整合,探测器芯片有数十

道工艺,形成完整的生产线并不容易。不过,高德红外的芯片生产线已经建设到位,上述项目的净化厂房已建成,设备已到货并调试到位,且工艺稳定。

现在要对芯片生产的整个流程进行最后的工艺整合。”黄立表示,如果进展顺利的话,预计今年下半年就能开始批量生产并投放市场。”

据介绍,在高德红外芯片生产线上,国际主流的非晶硅和氧化钒两种工艺线路可以同时运行。正因如此,高德红外也成为国际上少有的、国内唯一同时具备2条工艺线路的红外探测器芯片生产企业。黄立介绍,这两种工艺的生产成本相当,难分优劣,公司今后会根据客户需要和芯片大小来选择工艺,这也是该生产线独特优势之一。

开拓民用市场

高德红外的官方网站上有一条醒目的标语:专业制造红外热像仪。但在黄立看来,如果只做传统的红外热像仪,公司不可能做大做强,因为市场容量毕竟有限。

他认为,要把热像仪的市场规模做到100亿元以上,唯一的出路就是将产品做得非常便宜,将热像仪消费级化,让老百姓都能用得起。

热像仪消费级化”一直是高德红外的重要目标。此前,受制于进口芯片的高额成本,国内红外产品的价格高企,民用市场的开拓并不顺利。



智能时尚新品频频亮相上海家博会。 IC/供图

■ 相关新闻 | Relative News |

工信部: 推动家电产业集群式发展

在昨日举行的中国家电高峰论坛上,工信部消费品工业司司长黎明表示,今年将积极引导家电产业集群式发展。

黎明表示,家电行业自去年以来形成了相对稳定的市场格局,在原材料、能源、劳动力、成本上升压力加大的情况下,加快了结构调整的步伐,混乱竞争的情况有所改善,产业知名度明显提升。据介绍,政府有关部门今年将从多个层面来

推动产业的发展,要求企业进一步加强技术创新,提高高端产品的比重,推动企业加快自主品牌建设,推动家电行业由制造优势向品牌优势转化。

黎明透露,将不断引导家电企业加强产业集群建设,成为特色鲜明、品牌形象突出、服务平台完备的现代产业集群。截至目前,青岛、顺德、合肥、等地相继被工信部评为全国新型工业化示范基地,工信部还将加大对示范基地的指导和服务。(赵缜言)

拓展民用市场的核心在于于探测器成本。公司实施探测器国产化项目,通过量产达到大幅降低成本的目的,是热像仪消费级化的重要前提。”黄立表示,下半年公司芯片实现量产,芯片成本将不到法国芯片的三分之一。

按照规划,在项目达产的第一年内,高德红外将推出6万只国产芯片,前期将主要供应公司即将大规模推出的自有系列产品,即民品及低端单兵武器产品。

目前市场较为关注的是高德红外的车载红外辅助驾驶系统,该产品目前售价在2万元左右,只在部分高端车型上进行装配。黄立介绍:芯片量产,这一产品零售价有望降至5000元左右。这样的话,即使只有10%的车辆装配该系统,市场空间仍非常可观。”公开数据显示,中国现在每年约有2000万辆汽车下线,按此比例计算,该产品每年的市场规模可达100亿元。

黄立介绍,基于量产芯片的低成本前提,公司近期正着手推出一系列民用消费型产品。比如刚刚研发完成的IR510产品(户外手持热像仪),使用量产芯片后的零售价可以降到5000元以下,非常适合户外运动爱好者,预计会得到市场追捧。

军品有想象空间

除了空间广阔的民用产品之外,

高德红外的军工产品近年来也取得很大发展。作为国内首批具备军工产品科研生产资质的企业,高德红外已为我国军方研制了百余种红外热像仪及综合光电系统,公司产品实现了红外夜视、侦查、制导、对抗等多层次的军事应用。

黄立认为,红外技术是新型军品的平台性技术,热像仪在军用方面市场空间巨大。

他还介绍,普通的热像仪厂家在军用体系中往往处于弱势,这些厂家通常只提供军用子系统中的红外配件,在销售链条上受制于人。

相比之下,高德红外在军品上已经突破了热成像领域甚至整个光电领域,能提供系统的解决方案,向综合武器系统方面整合发展。

前不久,中国人民解放军空军副司令张洪贺视察了高德红外,肯定公司成功跨越至综合武器平台总体单位”,并鼓励公司作为“军民融合”的典型企业,确保完成所承担的多个重点型号的研制生产任务”。

这两年我们完成了一部分重要武器系统的研制,去年已经试打成功了一个自主研发生产的完整武器系统。”黄立称,军方在考察时对公司研发的产品表示赞赏。

黄立还透露,今年下半年,高德红外还可能推出分辨率为800*600的中高端非制冷探测器芯片产品,同时在高端军用制冷探测器项目方面,公司也已有充足的技术储备。

九华山搭政策东风 拟再次冲刺IPO

证券时报记者 董璐

随着《皖南国际文化旅游示范区建设规划纲要》近日获得国家发改委正式批复,安徽省有关部门计划出台政策支持区域旅游及相关产业联动发展。九华山旅游相关负责人表示,池州市已列入规划核心区,上述规划将长期利好公司旅游产业发展,后期将根据政策落实,研究发展策略,再次冲击中小板新股首发(IPO)。

安徽省发改委主任张绍春在回答记者提问时透露,皖南示范旅游区获国家批复,意味着该区域获得国家层面战略的认可,根据《纲要》内容,皖南国际文化旅游示范区范围包括黄山、池州、宣城、马鞍山、芜湖、铜陵、安庆等七市,国土面积5.7万平方公里。其中黄山、池州两市,以及宣城市 and 安庆市的部分县为重点发展的核心区,规划期为2013年至2020年。

安徽省发改委社会处负责人表

示,安徽将依托现有实力较强的旅游开发企业,实施跨区域跨行业跨所有制的兼并重组、投资合作,形成一批具有国际竞争力的旅游集团和上市公司。力争到2020年,安徽省内年营业收入超过5亿元的旅游开发企业数量达到20家,超过10亿元的企业数达到10家。对此,也有不愿具名的旅游企业负责人表示了观望态度:旅游产业发展需要很多部门来沟通协调,具体效果还得看政策执行力度。”

记者统计发现,目前安徽省内仅黄山旅游已登陆A股市场。根据已披露的数据,2013年安徽实现旅游总收入3010亿元,2014年度目标为实现总收入3430亿元。

上述发改委负责人同时透露,除了九华山旅游正在为筹备上市外,天柱山、齐云山等安徽大型旅游集团企业也有通过上市、发行债券、票据等方式融资的计划。此外,安徽将探索以股权、建设用地使用权、景区经营权、门票抵押权等抵(质)押贷款的新型融资方式。

中国北车 斩获南非内燃机车订单

中国北车 601299 大连机车公司日前与南非 Transnet 公司签署了232台内燃机车的销售合同。这是国内企业内燃机车出口海外最大的单笔订单,也是中国北车今年3月以来在非洲斩获的第三个订单。中

国北车此次为 Transnet 公司设计的交流传动内燃机车,采用先进的交流传动技术,机车最高时速100公里,可与南非当地既有电力内燃机车重联运营,是目前技术水平最先进、功率最大的窄轨机车。(刘征)

航企试水低成本运营 期望值不要太高

证券时报记者 李雪峰

东方航空近日表示全资子公司中国联合航空正在探讨转型低成本运营。若中联航成功试水低成本航空,则东方航空将成为继海航集团之后,国内第二家明确表示将尝试低成本航空的大型航空集团。深圳一家券商研究员表示,低成本航空仍停留在尝试阶段,短期内在国内航空领域不可能成为主流。

低成本运营盈利难

海航集团、东方航空先后试水低成本航空,无疑引起了整个航空业转型预期。据了解,南方航空也有尝试低成本航空的迹象,该公司子公司重庆航空曾将部分飞机头等舱及公务舱改为经济舱,此举被解读为南方航空将涉足低成本航空,毕竟重庆航空与海航集团旗下的西部航空在地理位置及航线布局方面极为相似。南方航空方面曾表示,未来将继续合理分配航线,以实现利益最大化。

至于另一家大型航空集团中国国航则于去年6月份明确表示暂不考虑低成本航空,该公司认为,国内低成本航空运营环境并不理想,故采取观望态势。

上述研究员对记者表示,表面上看国内低成本航空市场份额仅6%,远低于欧美30%以上的市场份额,似乎有长远的增长空间,不过国内低成本航空尚未出现持续稳定的盈利模式,且目前国内低成本航空运营主体主要是中小型航空公司,大型航空集团仅停留在尝试阶段,短期内低成本航空在国内航空领域不可能成为主流。

海航东航试水

海航集团试水低成本航空始于去年5月份。当时,海航集团宣布西部航空转型为低成本航空公司,西部航空由此成为继春秋航空之后国内又一家低成本航空公司。资料显

示,西部航空系海航集团位于重庆的航空产业基地,目前海航集团关联方重庆西部航空控股公司持有西部航空80%股权,而海南航空第二大股东海口美兰国际机场关联方建盈投资则持有西部航空18.7%股权。

为了进一步整合低成本航空资源,海航集团去年11月份计划重组西部航空,其中海南航空拟对西部航空增资10亿元,晋升为西部航空第三大股东。而在2012年8月份,海南航空即受托管理重庆西部航空控股公司60%股权。换言之,海南航空虽未在股权方面实际控制西部航空,但在经营方面对西部航空拥有相当的主导权。

宣布转型后,西部航空对旗下主流机型分别进行改造,将头等舱、公务舱等一律更换为经济舱,同时援引春秋航空的运营模式,取消免费餐食供应,实施电子客票等。据记者了解,西部航空转型近一年以来,各项业务运作正常。

此外,海航集团及海南航空旗下拥有祥鹏航空、天津航空、北京首都航空、香港航空等多项航空资产,至于海航集团是否在集团内部继续推广低成本航空,目前尚不清楚。

在海航集团将西部航空作为低成本航空转型样本的同时,国内其他大型航空集团并未集体采取观望态势。东方航空副董事长兼总经理马须伦日前透露,中联航也有意尝试低成本航空模式,特别是北京第二机场建成使用后,东方航空计划将中联航迁至北京第二机场重点发展低成本航空。

与西部航空不同,中联航主体运营基地设在北京南苑机场,且资产规模不及西部航空。2012年,东方航空集团对中联航进行了系列重组,先是将对中联航20%股权转让给东方航空,接着主导中联航与东航河北分公司完成联合重组,中联航目前是东方航空全资子公司。

除中联航外,东方航空另一家全资子公司东航海外(香港)公司与澳航子公司捷星国际曾签订协议,拟成立以低成本航空为主的合资航空公司。可以预见的是,东方航空在低成本领域的尝试力度不会低于海航集团。