

“十一”未到,数码产品先热

本报记者 刘宝芝 实习生 杨彩明

市场分析

离“十一”黄金周还有近一周时间,旅游市场已经有了十足的人气,而数码产品也因市民准备出游而销售火爆。记者在近日的采访中了解到,数码相机、数码摄像机纷纷借旅游高峰争抢省会市场。

数码相机成旅游好伴侣

现在省城各大卖场,数码专卖店针对节日的促销条幅,几乎充斥每个专卖店甚至每个柜台。在品种繁多的产品中,目前,市面上的家用型数码相机的像素量从500万到1200万不等,其中800万像素型数码相机正逐渐成为主流。

在北国电器总店二楼摄影体验中心,大多数消费者都比较青睐2200—2500元之间的数码相机。工作人员告诉记者,这两天,数

码照相机卖得最好,因为准备出游而购买相机的顾客比较多,其销量占销售额的30%左右。据介绍,为迎接数码相机销售的“黄金月”,该店很多品牌如佳能、索尼系列数码相机进价销售,降价幅度在20%左右。

据苏宁电器工作人员说,“国庆出游的市民成为目前主要的顾客群,大多数消费者都选择800万像素的数码相机。在店中选购了一款松下相机的张先生告诉记者,现在买的这款相机比前段时间便宜了200多元钱,还附送不少配件。

苏宁电器的负责人对记者表示,“像这样的销售旺季,一年也只有两次,如果做得好,一个季度的销售任务都能在这期间完成。因此要想尽方法将自己的产品推广出去,提高销量。”

面对消费者购买数码产品的热情,业内人士指出,消费者面对黄金周的购买好时机,需保持高度分辨能力。一些经销商会用水货冒充行货,这种现象在数码相机和数码摄像机的销售中最为明显。水货虽价格便宜,但

在售后服务上却与正规行货存在很大差别,甚至根本得不到任何正规服务。此外,某些商家给出低于市价数百元的报价,但此价格往往无配件,如果是必需的配件,还要另外加价,加上配件的价格,可能会超出平均市价。

小数码产品表现强劲

记者在采访时发现,随着数码相机的热销,一些小数码产品也纷纷打出“旅游”牌来吸引广大消费者的目光,手机、MP3、MP4当仁不让的也成为卖场内的主角。

在太和电子城,一家MP3、MP4的经销商王经理喜形于色告诉记者,以往要到周末才能看到的人挤人的情景,这两天在柜台前天天见,询问产品信息的人也比平时多了两三倍,而销售出去的产品也是大幅增长。记者在电子城看到,1G、2G容量的MP3、MP4成为商家主推的产品,而128M和

256M的产品,因价格与1G、2G产品相差不多,利润较低,商家很少推荐此类产品。大多1G容量的MP3价格只要一两百元,一些128M和256M产品甚至不足百元,歌美、爱国者、魅族等知名品牌的多款1G容量MP3也大都降至150元左右。

据苏宁电器的促销人员介绍,“购买小数码产品的这类消费者从9月下旬就已经开始购买旅游装备,为出行做准备,不过也有一部分人会拖到黄金周前一两天购买。另外,为了迎接“十一”黄金周,最近一些知名品牌纷纷推出一些MP3新品,如三星新推的YP—P2、YP—T10和YP—S5,拥有蓝牙功能以及视频播放功能,一上市就受到了很多消费者的青睐。”

此外,记者在新百、北人等一些手机卖场看到,不少消费者穿梭其中,比较手机的价格、外观和功能。新百手机卖场导购员告诉记者,最近购买手机的消费者都比较注重娱乐功能,具有拍照、MP3等功能的中低端手机成为咨询和购买的热点。

十一购买手机小提示:

莫只盯“实惠”

“其实十一期间手机的价格并不比平时便宜很多,而且许多促销活动我们平时也搞,可许多消费者就是非挤在这几天买手机。”一位销售人员对十一手机如此热卖都有些大不理解,“这可能是从众心理在作怪吧,越热闹越往一块挤。”

降价、送礼是商家惯用的促销手段,其实诸多促销活动有利于消费者消费意识的成熟,在经历几次促销活动之后,消费者应该会变得更理性些。

本报记者 张震 摄

AMD 英特尔再掀真假四核大战

张 昀

历经数次推迟发布讯息后,9月10日上午,AMD在北京举行主题为“真忠可鉴,四核无双”的AMD四核皓龙处理器“巴塞罗那”全球首发礼,宣布正式发布自2003年以来AMD最重要的首款四核处理器。

AMD全球高级副总裁兼大中华区总裁郭可尊表示,中国可以成为“巴塞罗那”全球首发地,彰显了大中华区在AMD全球的战略地位,大中华区现已跃升为AMD全球第二大业务中心,并很快将成为AMD全球最大的单一市场。

继一年前的“真假双核”大战之后,AMD首款四核处理器的发布标志着AMD又发起了一次真假四核大战:把四个计算内核集成到一个硅片上,而不是像英特尔那样将两个双核心晶片封装在一起。

而英特尔计划于2008年下半年推出自己的原生四核设计。巧的是,9月6日,英特尔抢先全球同步发布新一代四核至强处理器7300系列。而9月8日,英特尔公司董事会主席贝瑞特亲自为英特尔大连芯片厂奠基。二者的时间几乎撞在一起。

对于真假四核的争论,英特尔中国市场总监简安琦介绍,芯片有很多种连接方式,并没有真假之分。其实消费者只关心性能。而英特尔的性能与功耗上无疑是优于AMD的。

对于AMD表示其在“半导体领域技术创新的领导地位”,“平均26%的性能领先”等说法,英特尔大中华区总裁陈伟旋表示,英特尔不跟别人比什么,而只是专注于做好自己的事以及专注于消费者的需求。

不过在“巴塞罗那”发布之前,英特尔中国区总经理杨旭曾多次强调:英特尔的四核芯片都已经卖出上百万枚了,我们的友商还没有推出同类的产品,高下不言自明了。

从去年开始,AMD的市场份额持续下滑,目前在全球处理器市场占有的份额约为15%到20%,而去年一度达到25%。

一年多来,AMD股价也由去年的27美元跌至13美元左右。近日,英特尔方面透露已重新赢得雅虎、MSN两大公司的服务器订单,还拉近了与Google、同方、惠普等企业的关系,它们之前都与AMD交往密切。英特尔高管还称全线产品将在2007年切换切换到酷睿平台,将在酷睿时代全面领先AMD。

而AMD大中华区副总裁潘晓明表示,四核、Vista都将为AMD的大好契机。AMD预计2008年能达到每年1亿片的产能。“到那时再看看世界的情况是怎样的!”潘晓明表示。



个性化消费主导通信市场

“移动”以定制手机延伸服务

本报记者 范玉蕾

如今,手机已不再是一个简单的通讯工具。除了通话外,人们还可以通过手机享受听歌、拍照、收发信息、上网、读报刊等等丰富多彩的信息生活。随之,人们的个性化消费需求也“水涨船高”。

因此,对移动通信运营企业而言,如何借助有效渠道拓展和延伸服务,为用户提供更多、更便捷的服务成了一个新课题。作为省会的运营商,石家庄移动在“全球通”、“神州行”、“动感地带”三大业务品牌受到广大用户信赖与厚爱的同时,为了更好地服务网上用户,又在终端销售上推出新举措。

9月19日开始,为消费者提供专属服务的中国移动定制手机——“心机”正式大规模地进入省会通信市场,为本市广大消费者提供了新的选择。

据记者了解,所谓“心机”是中国移动根据消费者需求,提出外观、开关机界面、专用键、菜单呈现及通用要求等五方面的定制标准,由终端厂商根据定制规范进一步优化手机,也是国内首次由运营商联合手机制造商、渠道合作商、服务提供商等多方为用户量身定制预设品牌专属服务的手机。“心机”的优点是:其一,上网参数不用自己设,已经设置在手机里了,而且有一键上网专用键,长按可进入移动梦网,移动上网更加便捷。其二,“心机”内置了“全球通”或“动感地带”品

牌专有的个性化服务和精选梦网业务菜单,如中国移动、客户服务、移动证券等多个程序。第三,价格比普通手机便宜些。

位于省会范西路“的心机广场”是石家庄移动在省会推出的第一个“心机”专卖店,经营范围全部为中国移动定制手机。所有定制手机都经过了技术人员的严格检测,保证产品质量可靠。消费者在这里不仅能够享受一流的购物环境和服务,而且还能享受该公司不断推出的优惠促销政策。

移动方面表示,“心机广场”秉承“中国移动销售手机更专业”的理念,不仅在消费者购机时注意根据消费者的个性需求提供专业指导,而且还为消费者提供专业的手机使用知识,其中增值业务体验区就是专为开发和丰富手机的使用功能而特别设立的。为免除消费者的后顾之忧,石家庄移动还郑重承诺:在“心机广场”购买的手机,可以享受“全质量、全品牌、全方位”的售后服务保障,力求每位到“心机广场”选购手机的消费者能够留下“中国移动销售手机更专业,到移动营业厅买手机更放心”的印象。

关注这一新兴服务模式的市信息产业局相关负责人说,移动通信业务自1991年在省会开办以来,经过石家庄移动等运营商的积极努力,取得了长足发展。目前仅石家庄移动的网上客户就超过400万。无论是城市还是

乡镇、农村,中国移动的营业厅星罗棋布,同时中国移动的网络信号也实现了有效覆盖,为大众提供了快捷优质的通信服务。目前,手机已成为大家工作、生活、学习不可或缺的工具。石家庄移动为省会的社会信息化建设、消除城乡数字鸿沟做出了积极贡献。这种定制手机进入省会通信市场,标志着他们的业务与服务又迈出了新的一步。希望石家庄移动继续积极承担社会责任,经济效益和社会效益并重,为建设沿海经济社会发展强省、构建和谐石家庄做出新的、更大的贡献。

记者注意到,这种为消费者提供专属服务的定制手机一经在省会通信市场面世即赢得众多消费者的青睐。特别是在“心机广场”开门纳客的当天,石家庄移动联合摩托罗拉、三星、诺基亚等十大知名手机品牌厂家推出了包括特价机、开业抽奖、全场手机促销热卖、品牌厂家礼品促销、广场礼品赠送等在内的多种促销活动,使消费者在以优惠价格购买手机的同时,还能享受丰厚的礼品回馈。一位男士竟然一口气买了6部诺基亚6020特价机。更多的消费者还是看中了独具个性的服务内容。一位137号段的老年用户秦女士说:“我经常使用手机上网,前几天刚好手机丢了想换一款新的,使用这种定制手机,菜单里有移动梦网,按一个键就可以直接上网,很方便。”

业界动态

电子商务推进工程在京启动

近日,由中国电子商务协会主办,铭万信息技术有限公司承办,IBM支持的“电子商务推进工程”在京启动。国家发改委、中国电子商务协会的相关领导出席了在京广中心举行的启动仪式。据悉,此次推进工程将通过“面对面”培训和提供咨询的方式,引导中小企业进入信息化。

今年6月,国家发展和改革委员会、国务院信息化工作办公室联合发布了《电子商务发展“十一五”规划》。提出了未来几年我国电子商务发展的主要目标之一是“中小企业电子商务应用普及水平大幅提高,经常性应用电子商务的中小企业达到中小企业总数的30%”。

据悉,“电子商务推进工程”由九月开始,将在全国47个城市内举办免费的电子商务培训巡讲。通过面对面的培训形式宣传《电子商务发展“十一五”规划》,同时为企业提供“一对一”顾问式咨询,普及电子商务知识,传播成功经验,推动中国中小企业电子商务的发展。

肖 王

平板电视整机须保修一年

标准缺失让液晶、等离子等平板电视售后服务成为消费者质量投诉的热点。昨天,中国电子视像行业协会发布《平板电视售后服务实施意见》规定,自今年12月1日起,平板电视行业实施整机保修一年、主要部件包修两年的售后服务标准。

国内平板电视销量正以每年超过100%的速度增长,但由于这一家电“新贵”不在现行国家“三包”目录中,消费者却不得不面对售后维修无法可依的尴尬。“主要的问题包括维修条件严重不足,维修成本高,消费者无法接受等等。”中国电子视像协会副秘书长郝亚斌表示,在《意见》实施后,协会将展开平板电视产业链上游显示屏生产企业与下游整机生产产品服务衔接的协调工作。

目前,《意见》仍是行业自律性标准。但信息产业部经济运行司黄建忠表示,信产部将紧密跟踪《意见》实施,并最终将其上升为部门规章,成为法律规范性文件。 刘映花

小学英语课本有望数字化

9月11日,由中国软件行业协会、中国教育学会外语专业委员会协办、洪恩教育主办的“洪恩科技兴教,英语课本开口说话”大型新闻发布会在北京大学百年纪念讲堂召开。在发布会现场,洪恩联合各大出版社开发的“一点即说”的英语课本成为与会来宾关注的焦点。业内专家分析,现有的小学英语课本极有可能被点即说课本取代,此举也预示着一场小学英语课本的数字革命即将开始。

“会说话的英语课本”是一种全新有效的英语学习模式,随着新学期的来临,北京、江苏、河北、深圳、成都等省市的小学英语课本已经率先采用了“点即说”这项新技术,同期全国6000多家幼儿园近百万儿童使用的(Hello Teddy 洪恩幼儿英语)也完成了全面升级。

随着“点即说”立体有声教材的诞生和广泛应用,标志着英语“点即说”数字时代来临,这将是开展9年制义务教育以来,小学英语教育方面最重要的改革之一。随着当前国内教育科技化改革的进一步推行,教育软件的开发与应用将突显重要作用。 晓 陆

家庭中央空调今秋阳光灿烂

——海尔家庭中央空调引发2007金秋家装新潮

进入秋季,新一轮家装高峰期来临,今秋家装中,选择中央空调的家庭越来越多,尤以海尔“智能除甲醛”家庭中央空调备受关注。据了解,截至今年8月份,购买中央空调的家庭比去年同期增加了3倍!

时下,金秋装修正如火如荼,据一项权威调查显示:消费者在装修中最担心的一点就是因装修产生的甲醛等有害气体,如何清除甲醛是消费者装修时普遍关注的话题。

在这种情况下,海尔充分了解了消费者的秋季装修需求,向消费者推荐海尔“智能除甲醛”家庭中央空调,用具体的产品性能向消费者证明家庭中央空调的健康性能。海尔“智能除甲醛”中央空调于2007年春季全新上市,是一款专门针对装修污染而推出的智能健康中央空调,由于配备了精准的空气质量分析系统和灵敏的空气质量检测系统,能够十分精确地检测到空气中的甲醛、氨气、过量的CO₂、粉尘颗粒等有害物质。而之所以称之为“智能”,是因为该产品一旦监测到超标的有害气体,则可自动启动净化功能,直至空气达到健康标准。

目前,很多家庭都在装修前将海尔“智能除甲醛”家庭中央空调纳入整体装修方案,市场调研数据显示:金秋装修旺季,在购买家庭中央空调的家庭中,100户家庭中就有60户以上选择了海尔“智能除甲醛”中央空调。

业内专家的观点是,海尔“智能除甲醛”家庭中央空调的推出满足了市场的需求,提升了国内中央空调品牌的竞争力,必将推动整个家庭中央空调领域的升级换代。

文 广 李春雨

互联时代

9月15日,由全球最大的在线贸易网站阿里巴巴主办的第四届中国网商大会暨第二届中国网商节在杭州举行。由于阿里巴巴香港上市可能在一个多月后变为现实,同时由于“2007中国十大网商”的评选结果将与会期间尘埃落定。因此,阿里巴巴及本届网商大会得到了社会各界前所未有的关注。

期间,网商大会组委会将正式发布《网商崛起——2007中国网商发展研究报告》,这也是继《网商冲击波》、《网商生存和发展》之后第三份关于网商群体的研究报告。

网商崛起推动国力提升

今年6月,我国首部电子商务发展规划——《电子商务发展“十一五”规划》正式发布。《规划》首次在国家政策层面确立了发展电子商务的战略意图,同时明确了我国电子商务在“十一五”

期间的发展原则、主要目标和任务、重大引导工程以及配套保障措施。随着《规划》的出台,我国电子商务即将进入新一轮的高速成长期。

阿里巴巴集团的统计数据表示,目前我国网上商户规模已经超过了3000万。而且这个数字正以每天3万的速度在增长。

据了解,中小企业所创造的最终产品和服务的价值占全国国内生产总值的60%左右,上交的税收已经超过总额的一半,提供了全国80%左右的城镇就业岗位。3000万的网商数量接近了我国中小企业总数的3/4。这说明我国的电子商务已经发展到了中国及世界各层次,电子商务对我国经济的影响也越来越大。

阿里巴巴带动的“网商”群体作为电子商务的主体,其发展动向也引发了

社会各界的广泛关注。中国电子商务协会专家委员会委员、北京科技大学教授梅绍祖在接受记者采访时说:“我国2006年电子商务交易额比2005年增长70%——80%左右,电子商务在中国的大踏步前进带动了网商的崛起,促进了经济的发展,和国民经济形成良性互动。”

由此可见,网商的迅速崛起,为整个社会经济系统创造出了巨大的机遇和价值;它为中小企业和创业者带来了发展机遇,带动了电子商务服务业的发展,同时还为其他领域的制度创新带来了重大机会。

网商塑造新型商人典范

阿里巴巴董事局主席马云说,网商,从概念推出到活生生的社会现实也

亚文

就几年的时间,而今,“网商”已成为从事电子商务群体的代名词,而且这一群体也已崛起为一股不容小视的经济力量和经济现象。

随着网商群体崛起,其影响力溢出电子商务行业,并带动其他行业创新发展,比如融资、电子支付、信用认证等。一些突出的网商个案也会带来极大的社会影响力。

司景国是青岛航帆商贸有限公司的总经理,退伍创办贸易公司时,他只是将一个产品卖到青岛周边地区、再普通不过的军舰模型销售商,接触了阿里巴巴和电子商务后,他的产品销售到了中国及世界各地,司景国成功完成了从退伍军官到职业网商的转变,其公司网上销售额占据了总销售额的70%。重度肌萎缩患者张云成用一根筷子和一根手指支撑起淘宝的一家店

铺,专卖加湿清华器、竹炭等产品,来养家糊口,目前其在淘宝的年营业额12万左右。

当一个草根英雄成为网络明星,网商影响力也超越电子商务行业本身并日趋社会化。专家指出,国家的竞争力在于企业,企业的竞争力在于企业家。网商的崛起,新型商人和企业家的崛起,必将从多个层面影响和带动整个国家竞争力的提高。

职业网商打造新影响力

网商发展模式,有望成为具有全球号召力的商业发展模式,成为中国对世界商业制度和商业文明的一大贡献。学者们指出,科技创新和制度创新,从来都是国家竞争力的重要组成部分。而网商发展,则由于具备了科技

创新和制度创新这两个层面的先进性,使得网商发展也在一定程度上推动了我国的崛起。

网商崛起正在打造世界级商业信息中心和“虚拟硅谷”。网商之间通过网络社区和在线群组等交流和分享信息,极大地加速了商业信息的流动,并使得电子商务平台企业上发育出了类似虚拟硅谷这样的生态化系统。而中国、印度等享有制造业优势的国家,将能够在此世界级商业信息平台上,与欧美日等国充分实现信息共享,从而提升国家竞争力。

“未来将没有电子商务,因为一切都将电子商务”,从这个意义上来看,电子商务平台及其集成的服务体系(IT运营、金融、物流、支付、诚信体系、咨询、人才、营销等)必将成为未来商业社会的基础设施。这一基础设施,其意义不亚于今天的高速公路。由于阿里巴巴等中国公司打造了这一未来商业社会基础设施,并因此成为了世界级的商业信息中心,这对于我国在电子商务时代占据经济制高点无疑具有重要意义。