



△國際消費電子展會場外擺有「CES」字樣的標誌

「Made In China」變「Created In China」

國際消費電子展

「中國創造」強勢出擊



會場樹立了一塊北京天安門城樓廣告牌



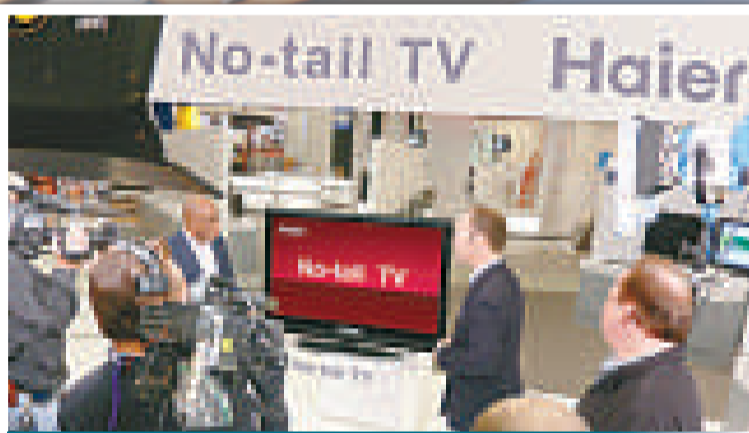
△一名遊客在國際消費電子展的會場內拍照



智慧型手機「樂phone」



雙模筆記型電腦「IdeaPad U1」電視



△海爾「無尾電視」採用無線電力傳輸技術，能夠在不借助電線的情況下進行遠距離供電

【本報訊】綜合通訊社拉斯維加斯七日電：全球最大的國際消費電子展（CES）七日在美國拉斯維加斯開幕，吸引了來自全球各地超過二千五百家消費電子企業參加。由海爾、海信、聯想等三百多家企業組成的「中國軍團」強勢出擊，紛紛展示自主研發的創新產品，引起了國際市場的高度關注，也代表了中國高科技產品已從單純「Made In China」（中國製造）的年代步向「Created In China」（中國創造）。

「中國創造」PK國際巨頭

CES是世界最大的消費類電子產品和技術的年度會展，其規模在全球會展中首屈一指。它不僅是「LED電視」、「智慧手機」等高科技產品的舞台，更是索尼、微軟、三星、諾基亞等國際消費電子巨頭進行品牌角逐的戰場。在這個競爭激烈的高科技市場，中國自主研發的產品已越來越多。現在，「中國製造」正在向「中國創造」轉型。新一代中國消費電子品牌正在闊步走向世界，與國際知名名牌同台競技，展現「中國創造」的品牌實力。

本次電子展帶有不少中國色彩。除了會場外有一塊格外醒目、由美國一家半導體製造商樹立的北京天安門城樓廣告牌外，海信集團董事長周厚健還受邀與微軟行政總裁鮑爾默、英特爾總裁歐德寧、諾基亞總裁康培凱等人一同作主旨演講，這也是中國企業的董事長首次在國際消費電子展上作主旨演講。

中國已掌握創新技術

展會主辦方——美國消費電子協會高級副總裁奧克斯曼在開幕前表示，中國企業為全球消費電子行業的發展作出了巨大貢獻，它們帶來的創新是這一行業在全球獲得成功至關重要的因素。

奧克斯曼說：「如果沒有中國企業，世界上很多深受歡迎的消費電子產品就不會問世。」奧克斯曼指出，中國既是非常重要的消費電子市場，同時生產了大量消費電子產品。奧克斯曼說，中國企業密切參與了全球消費電子行業的設計、製造和運輸過程，改善了消費電子行業，在行業中扮演舉足輕重的角色，中國企業已掌握了創新技術，它們不僅可以自己研發及生產產品，而且在很多情況下可以為其他企業生產產品。中國的一些知名企業如海爾、海信、聯想等正努力提高全球範圍內的品牌知名度，成為全球消費電子市場日益壯大的參與者。



△位於拉斯維加斯的國際消費電子展入口

海爾首創「無尾電視」無線家電夢成真

中國家電品牌海爾集團七日宣布推出全球首款「無尾電視」。在CES上首次亮相的全球首台無線電視吸引了眾人眼球，這台擁有輕薄時尚外觀的32寸液晶電視採用了先進技術，不用電源線、信號線、網線，省去了家中眾多電源線帶來的種種不便。它的誕生標誌著全球彩電行業從此跨入「無尾時代」。

據海爾彩電研發工程師介紹，這台無線電視採用了麻省理工學院發明的無線電力傳輸技術，能夠在不借助電線的情況下利用「磁耦合共振」原理進行遠距離供電。這是無線電力傳輸技術首次成功應用於電視接收終端。

來此參觀的行業專家及各國客商對此電視紛紛拍手稱奇，一位在場的美國朋友興奮的說，「普通電視身後總有好幾條連線，就像討厭的尾巴，而這台電視則將所有的尾

巴都進化掉了，變得更簡潔了，以後家中的電視可以隨意擺放，而不用考慮電源線的位置和電線的長度了。如果將來所有的電器都能實現完全無線，那就太棒了。」

海爾創業二十五周年，正在通過自身的努力創建中國自主品牌，並且取得了顯著的成績。最新的調查結果顯示，海爾品牌在大型白色家用電器市場佔有率為5.1%，居全球第一。其中，海爾在冰箱品牌、冰箱製造商、洗衣機品牌佔有率排名中均居全球第一。通過不斷的創新，海爾已經得到了全球消費者的認可和喜愛，海爾品牌也逐漸成為「中國創造」的最佳代表。



△海爾首創「無尾電視」無線家電夢成真



愛國者MP6

無須上網可享200萬首音樂 愛國者MP6轟動全場

著名國內數碼品牌「愛國者」在CES上宣布推出全球首款雙屏數碼相框和一款MP6產品。

歐美用戶對簡潔、實用的產品更為青睞，因此愛國者雙屏數碼相框研發的目標就是把數碼相框的「照片展示」特性發揮到極限。雙屏數碼相框通過一顆芯片控制兩塊七吋屏幕，讓一個相框具備兩重視野感受。無論是同時顯示相同內容，還是一邊顯示日曆、一邊顯示照片等等，都能形成不同的模式，產生不同的感官效果。相對於普通數碼相框，雙屏數碼相框的效能更高，更節能環保。

另外，愛國者展出的MP6產品，通過全新人機交互方式，無需計算機即可暢享二百萬首正音音樂。

這個擁有六十九項自主專利技術的MP6產品，是完完全全的「中國創造」。CES展會現場，吸引人們前來紛紛體驗試用的正是MP6將網絡、音樂完美結合的特性。作為新一代創新型網絡音頻播放設備，MP6最大的特點在於摒棄了以往存儲讀取文件的方式，改為數碼設備與寬帶網絡無線連接，利用遙控設備直接提取互聯網上的正音音頻內容，徹底顛覆了用戶只有上網下載後才能聽音樂的固有模式，所以MP6也被稱之為網絡音響，也就是說，今後，消費者只要擁有一台MP6，無需下載，就能非常方便的暢享200萬首網絡正音音樂資源。

（綜合報道）

聯想推「三寶」誓當「中國蘋果」

聯想七日在CES高調發表無線網絡策略，並發表三款產品，包括小筆電「skylight」，雙模筆記型電腦「IdeaPad U1」和智慧型手機「樂phone」。

聯想強調，「樂phone」是這次CES展的主打星，不過現場大家對skylight和U1反應更積極。不論是產品設計還是產品定位來看，大家一致認為，聯想已虎視眈眈，要做中國的「蘋果」。

聯想集團行政總裁楊元慶表示，五年前收購IBM PC時，就開始思考下一步的機會何在，四年前關注移動網絡的興起，在這兩年來，聯想研究院關起門來秘密研發，先後做出四個內測產品，一直在尋找進軍市場的時機，今天機會終於來了。

現在中國3G時代來臨，雲端運算等技術已逐漸成熟，但中國市場缺乏好的产品，就像高速公路已經修好，還需要性能極佳的跑車，中國各種環境已經成熟迎向移動網絡的爆炸式成長。

（綜合報道）



△海信展廳展示了「中國創造」的LED液晶電視

與雅虎建立合作關係 海信開發網絡電視

CES主場館的海信展廳，展示了海信製造的LED液晶電視。據海信參展工作組人員介紹，網絡和電視的整合是未來電視產品發展的大勢，這次展會上海信將展出超薄、節能、網絡化、智能化、系統化的全系列LED高端電視產品，為人們呈現一個網絡互連時代的LED世界。

另外，雅虎在周四召開的拉斯維加斯消費電子展（CES）上宣布與包括海信在內的幾家公司結成新的合作夥伴關係，旨在推動其Connected TV計劃，將互聯網服務引入即將面世的新一代網絡電視中。

網絡內容的不斷細分和深化，使得網絡運營商可以根據消費者的喜好和需求進行網絡電視內容的個性化設置。海信與雅虎合作的網絡電視產品，實現了新聞、天氣、財經、股票等資訊的實時瀏覽，還可以用Flicker分享照片、用Twitter聊天、在eBay購物、在facebook上了解好友動態等，為消費者帶來全新體驗。同時海信還展示了綠色節能的D-LED液晶系列、立體效果卓越的3D電視、基於高畫質播放和網絡連接的多媒體播放器、HiTV新一代數字電視體系、可實現家庭智慧控制的DNet-home系統等尖端科技產品。

（綜合報道）