

CES2008: 全球互联至上

■文/吴诗源



2008年的CES大展已经落下帷幕,但展会上各大厂商为我们所展示的大量新技术与新产品,对2008年全球数字风潮的影响却刚刚展现出来。毫无疑问,在本次展会上,以高清摄录和大尺寸平板电视为代表的数字家居,成为了大家讨论的热点,但不少人却忽略了在各个产品的看点当中所贯穿的一条主线,那就是所有产品都开始与互联网应用对接!这个看似陈旧的概念,从数年前就开始缓步实施,而在今年的CES上,这一概念的发展势头显得格外突出!或许我们应该把握住这个数字时代最本质的潮流动向,重新审视CES给我们带来的思考。

智能终端设备强势出头

从去年下半年到现在,移动互联网的概念在以英特尔为首的业界巨头们强势推动下,从技术方案、终端产品等各个方面取得了突破性的进展。在这次CES大展上,我们看到有几十款MID设备(Mobile Internet Device/移动互联网设备)集体亮相。英特尔在展会上所展示的Silverthorne处理器,主频从600MHz到1.6GHz不等,能耗相当于目前超低电压处理器的十分之一。

这些产品未来应用到手机、PDA或标准UMPC设备(Ultra Mobile PC/超便携移动个人电脑)上,将为产品的功能发挥提供强劲的动力。这对立足于与互联网对接的智能终端设备来说,无疑是一个天大的利好消息。

因此在今年的CES大展上,我们看到有不少UMPC亮相。清华同方展示了自家的LimePC,它采用飞思卡尔方案,并以网页浏览器的操作形式为用户提供类似桌面电脑的多媒体娱乐和互联网应用服务。iriver也发布了可以直接上网的智能终端产品UNIT II和Wing。还有华硕推出的EeePC。

以上这些机型都不在“传统笔记本电脑”的范畴之内。华硕对于EeePC的定义是:一款“具备无线联网功能的多媒体娱乐设备”。LimePC更多地让我们联想到具备浏览器和网络支持的iPhone和iPod touch,但无论它们之间有

多少神似和差异,都无可避免地有一个共同点——通过无线接入互联网,为用户提供网络浏览、图片管理、音视频播放以及简单的数据处理应用!这一切都是建立在移动互联网的基础之上的!

虽说UMPC目前在大陆市场销量平平,但反观我国台湾地区以及海外等市场,UMPC的销售都异常火爆。目前有不少实在的数据可以证明,市场上对于UMPC这类产品的需求是很强烈的,而全球的厂商也非常积极地把手伸向这块市场。加之手机上网、数码播放器的网络应用乃至数字家电的网络化等,都已大致实现普及,移动互联网正在成为每个人生活当中不可或缺的重要元素。

数据传输告别繁琐线材

CES大展上新品层出不穷的数码相机,也给我们传递了一个信息——和网络对接是当今产品的重要卖点之一。摆脱电脑等中间设备,直接和互联网相连接,以完成资源下载与共享等操作,这是本届CES上大量新品的共同特性。而利用无线网络与电脑进行同步,享受更多资源,也是当今产品发展的主旋律。

我们看到卡西欧发布的Z系列三款新品,都具备YouTube功能,用户在此功能的帮助下以最适合网络短片的画面质量进行拍摄,然后通过内置的软件进行处理,并

上传到YouTube上。这一过程的操作简单方便,为用户的影像生活带来了更多新的乐趣。

柯达推出的EX1011数码相机,除了固有的基本功能之外,还具备Wi-Fi模块和相应的软件支持。通过无线网络,用户可以将自己的照片打包发送到数码相机里,让数码相机自己解压并进行展示,还能让数码相机自动接收来自柯达图片共享网站的照片,而这一切只要一键即可完成操作。

来自Eye-Fi的无线SD卡更是将无线共享这一理念发挥得淋漓尽致,仅用一张小小的卡片,用户就能完成无线数据导入、无线图片上传。

这些产品的新功能,无论是从创意而言,还是从实际应用而言,都是值得我们肯定的。

访问网络可有更多平台

本届CES还有一个现象——显示器、平板电视、投影机显示设备的界限逐渐模糊了。平板电视方面,除了液晶电视,一直不被人们看好的等离子电视以及似乎已经偃旗息鼓的背投电视都焕发出了新的活力,而新品当中,大部分都提供了直接访问网络的功能。

美国西屋数码电子公司在展会上推出了整合无线技术的高清电视,让用户再也不用考虑麻烦的连线问题,直接从电脑、家庭影院以及互联网上接收内容并进行播放。

松下也在展会上宣布和Google合作,推出一系列网络电视,可以直接收看Google旗下YouTube网站上的视频节目和Picasa相册网站上的图片内容,不需要通过电脑进行转接。整个过程也非常简单,只要用电视遥控器就能够完成上网、搜索以及多媒体内容播放等操作。

从这些产品功能的拓展可以看出,以平板电视等显示设备接入互联网,将会是未来数字家电中的一个标准配置,人们正在摆脱对传统电脑的依赖,以更多的方式融入到互联网生活当中。

本届CES大展,无论是智能终端、显示设备等整体解决方案,还是数码相机、数码相机等小型消费产品,都不约而同地将互联网功能作为产品的一大重要特性。这一点之所以被不少参观CES大展的人忽略,原因在于更多的厂商已将这一功能作为产品的标准配置,并未当作卖点来进行刻意地炒作和推广。而这恰恰反映出互联网功能已经成为数字时代的新品所不可或缺的组成要素!正如比尔·盖茨在CES开幕演讲上所说的:“下一个数字十年,所有设备和服务都将以用户为中心,充分发挥互联网的优势,让操作更简单,让信息获取更容易,让人们日常生活更加轻松而富有乐趣!”

中国漫游费高得离谱!

■文/磐石之心

日前,国家发改委和信产部披露,降低移动电话国内漫游费上限标准的听证会拟于1月22日在北京召开。在听证会举行之前,有两套漫游费调整方案先曝光了出来,但是在某门户网站对这两套方案的调查中,有96%的网友都看不懂这两套方案究竟是怎么调整漫游费的。在看过一些所谓的专家煞有介事地帮我们计算哪套方案更便宜之后,笔者认为,出台这两套方案的目的,就是让所有手机用户都一目了然,知道这漫游费究竟是怎么个降法,降低的幅度是否令人满意。这些方案并不是拿出来给大家琢磨的数字游戏……

目前,中国移动各品牌的漫游费标准大多是每分钟收取0.6元人民币至0.8元人民币。先前已有很多专家表示漫游费的成本是几近于零的。这种收费性质,类似于一些酒店收取“开瓶费”一样,费用的收取是建立在垄断的基础上,很不合理。

但是从目前已经公布的两套方案来看,无论是哪一套,都没有切实地取消这个几乎没有成本的“开瓶费”。方案一,仅比原来的收费标准降低了0.2元人民币,并没有取消漫游费。方案二,上调了主叫漫游地当地电话的收费标准,降低了另外几项服务的收费标准,等于换汤不换药。总之,这两套方案都是建立在降低移动运营商整体利润率的基础上的。

而且移动通信资费偏高的事实,并不仅仅表现在漫游费上。有关资料显示,中国手机用户平均消费额与收入比值和国外手机用户平均消费额与收入比值,两者进行对比,我们的比值超出了发达国家好几倍。根据统计,移动运营商利润率方面,中国移动大约在50%左右,联通在25%左右。而发达国家的移动运营商利润率最高不超过10%,大多数都在1%左右。中国移动运营商的利润率是发达国家移动运营商的几十倍,这真是不比不知道,一比吓一跳啊!

为了降低漫游费,中国的消费者已经呼吁了整整一年。2007年1月,在北京消协、各大媒体以及无数网友的共同努力下,发改委和信产部决定采取漫游费听证调查,并发布了调查问卷。时隔一年,距离漫游费调整时间越来越近,但作为消费者的我们所得到的反馈信息,不过是两套生涩难懂

的方案,以及将在1月22日举行的一场听证会。

从对移动运营商有偏袒嫌疑的“漫游费调查问卷”开始,到这次公布的两套繁琐的方案,再到“神秘”的听证会代表名单,一切的一切,似乎都在暗示着我们,这场听证会将是从一开始就注定没有消费者参与的“作秀”表演!

任天堂最不环保?

■文/许宁

耗电意味着什么?耗电意味着增加发电厂的二氧化碳排放,继而发生温室效应,全球变暖、南北极冰川融化、四季消失、海平面上升、岛国淹没、沿海城市消失、贸易重创、经济动荡、股市大跌、物价上涨、通货膨胀、民不聊生……

以上这段引自某论坛环保志士的话,似乎多少有点危言耸听,但仔细一想,谁也不能否认这段话中每一种危机之间的逻辑关系。很显然,将耗电量的多少列入环保考察指标是相当有必要的。

任天堂在电子企业第六版绿色榜单中的排名,却否认了上面那一点。尽管任天堂生产的游戏主机Wii,以低能耗(15W)著称,但依然在榜单中以0分垫底。相反,三大游戏主机中能耗最高的PS3(128W)的生产厂商索尼,却以7.3分位居榜单第三名。

近年来,消费类电子产品由于更新换代速度很快,因此从产品的生产、销售、使用、回收以及循环利用等环节来看,对节能和环保的重视相当滞后,这使得该类产品对环境造成污染的危害日益增大。社会各界对于消费类电子产业的环境保护意识和可持续发展战略也逐渐开始重视起来。世界最大的环保组织——绿色和平组织采用监督并提出建议的方式,敦促各大公司在每个环节上注意环境保护,上面所谈的榜单便是具体的措施之一。

不过谁也没想到,在游戏业内名声显赫的任天堂,不仅在所有游戏主机生产厂商中排名落后,甚至在所有参加评选的电子产品企业中也是倒数第一!任天堂成了绿色和平组织环保调查历史上惟一一家

在所有检测条目和标准下均获0分的跨国企业。

刚刚经历了Wii主机缺货风波的任天堂,在榜单公布之后立即在给绿色和平组织的公开信中表示抗议:“任天堂对于绿色和平组织的报告感到十分震惊!任天堂一直都很认真地遵守相关的规则,避免使用危害环保的材料,并回收利用材料。任天堂销往全球的所有产品都严格按照全球的标准来生产。为了保证产品的绿色环保,任天堂已经建立了绿色采购标准,任何含有毒有害化学物质的部件都不会购入,对于旗下的产品进行全面监控。任天堂保持不断增强对环境的保护,把这作为企业在全世界发展最优先的考虑。”

对此绿色和平组织解释说,任天堂可能并非业界内环保做得最差的大厂,但任天堂从未公布过任何有关环保的策略、有毒材料的使用情况以及未来的环保计划等。该组织对于任天堂官方提供的环保政策消息为零,因此只能在所有考察中给出0分。飞利浦仅得2分,原因也十分类似。

由此看来,环保工作不仅要去做,更重要的是做了之后还得大声说出来。更为幽默的是,绿色和平组织在报告的最后称任天堂是所有参选企业中“最具有改善潜力的”(0分,当然最具有改善潜力了)。这个评价也许会让任天堂哭笑不得吧!