

电视关注度上升 人才瓶颈逐渐缓解

家电业走出 3D 泡沫阴影

3D 是与智能、云并列的当前平板电视三大概念之一。自从推出以来,一直饱受“功能泡沫”的争论,同时以 3D 打印为核心的数字制造技术变革,也开始在家电行业中显现。在业内专家看来,3D 电视关注度的再次上升和校企联合培养模式的推出,让 3D 的魅力在家电行业逐渐放大,最终呈现其应有的价值。

3D 电视三四级市场表现抢眼

据第三方调研机构 ZDC 日前发布的《2013 年 10 月中国 3D 电视市场分析报告》显示,10 月国内 3D 电视市场上在售产品数量共计 866 款,整体市场关注度不断上升。第三方研究机构中怡康的调研数据也显示,今年上半年我国累计销售 3D 电视 1066 万台,同比增长 96.82%;3D 电视在三四级市场表现更为抢眼,销量占比为 59.47%。

业内网站 3D 动力网总裁鲁君尚认为,3D 之前在电视领域应用前景艰难,是由于 3D 节目源及观看方式的限制,许多消费者担心视力受到伤害,不愿佩戴 3D 眼镜,不愿支付额外的费用。家电分析师梁振鹏也认为,3D 功能就是电视的一种标准配置,作为电视的附加功能应用,目前市场上大部分中高档电视都是带有 3D 功能的。同时,3D 功能和应用还刚起步,有很大的上涨空间。

个性定制引发家电业变革

用户的个性化定制的迫切需求以及以 3D



打印为核心的数字制造技术的变革,也开始影响着未来的家电业。海尔集团董事局主席、首席执行官张瑞敏表示:“3D 打印从表面上看是颠覆了产品的制造方式,但从本质上讲却是传统产业面对的挑战和机遇。从某种意义上说,3D 打印对现有企业而言,要么是天使,要么是魔鬼!”

3D 打印正在引发巨大革命,包括海尔集团、天远三维等越来越多的知名企业家也开始提前布局。近日,在常州进行的第六届全国 3D 大赛上,以“3D 打印走进美好住居生活”、“新时代的家电”、“3D 打印商业运营模式”为设计

主题的全国 3D 大赛“海尔智慧生活奖”,一共收到来自全国 150 多个院校的近 300 件作品。海尔相关负责人表示,之所以参加此次大赛,就是旨在通过彰显个性的 3D 打印创意家电或 3D 打印创意家居装饰,推动第三次产业革命前沿技术快速发展。鲁君尚告诉记者,在产业转型升级过程中,三维数字化已成为重塑社会生产关系的核心手段之一。此次与海尔合作,也是全国 3D 大赛力促创新成果落地,共同探索创新驱动应用型人才培养的一次有益探索,将为产业转型升级提供强有力的技术与人才支撑。

三维人才仍是产业短板

三维电视等产品的推广,也让三维人才的短板逐渐凸显。据悉,运用三维数字化技术,能最大化地对产品进行仿真设计,尽可能地将错误解决在设计阶段,使产品开发周期缩短,降低企业生产成本。

有关专家表示,家电等中小型企业迫切需要建立品牌中心,而创建品牌的核心在于人才。据了解,目前中国制造行业对 3D 应用人才需求非常庞大,缺口约为 800 万人,各企业不惜花重金聘请三维技术人才。日前在常州市举办的“全国三维数字化设计人才专场招聘会”上,记者就发现了包括海尔等很多知名企业的身影。

中国航天科技集团总工程师杨海成告诉记者,当前的中国制造业普遍存在对设计研发与创新的重视与投入不够,缺乏新型高水平创新设计人才,严重制约企业设计创新的发展。

记者了解到,全国 3D 大赛作品要求学生掌握从早期概念设计到最后仿真制造的完整流程,并要求学生的作品都要来源于生活,并在观察生活的过程中有所创新,从而设计出有创意的作品。这样的人才培养模式正好与海尔等家电企业所需的创新型人才不谋而合,接下来,3D 大赛和海尔集团或将在创新应用型人才培养方面展开进一步合作,这种领先龙头企业和先进大赛模式的联姻,也将成为三维人才培养的创新模式。

(北商)

广告