

7.5mm薄·艺硬屏电视备受关注

□ 何丹婕

■ 资讯走廊

海信ULED获全球年度显示技术金奖

美国当地时间1月7日,“年度显示技术金奖”在美国拉斯维加斯全球规模最大、规格最高的消费电子展揭幕,由中国品牌海信自主研发的“ULED”获此殊荣。据悉,这也是继“2014彩电技术创新奖”、“CITE2014金奖”等奖项后,ULED斩获的又一大奖。

“年度显示技术金奖”由美国国际数据集团(IDG)权威发布,旨在奖励全球企业显示技术领域有突出贡献的技术。2014年,海信推出了自主研发的LED背光液晶电视画质提升技术,效果大大超越了LED,被命名为“ULED”,该技术采用多分区独立背光控制和HiView画境引擎技术,有效解决了4K电视画面层次不足、画面颜色表现力不足、画面细节表现力不足、流畅度不佳等问题,实现电视机对比度、色彩表现、响应速度的大幅提升。(海涛)

苏宁急速布局县镇服务站网络

近日获悉,早前已经落地1000多家加盟性质县镇服务站的苏宁,已经组建了新渠道拓展中心,并将于本月底在江苏宿迁市洋河镇试点开业首家自营服务站,这也点燃了2015年农村电商市场争夺战的第一把火。

数据资料显示,近年来农村的网民数量在不断的攀升,在2013年已经达到了1.77亿,占比网络人数高达28.6%。由此带动的2014年全国农村网购市场总量预计达1800亿元以上,而2016年这一数据将突破4600亿元,成为网购市场的新增长点。

当然,电商大佬们早已认识到这一点。2014年12月12日,京东宣布进驻河北赵县,当月18日,阿里农村网点“清远试点”正式揭牌,而早在一年多以前,拥有实体店零售渠道优势的苏宁已经将农村电商的触角伸展了出去,通过将原先三四级市场的代购点、售后服务网点等进行升级改造,集销售、物流、售后、客服等功能为一体的苏宁易购服务站正式亮相,目前这样的服务站在全国已经有1000多家。

但苏宁的目标显然不满足于这种改造型的服务站,于是自营服务站被提上了日程。“农村市场虽然很大,但是太散,常规级别的连锁门店很难生存,点状的服务站则更加灵活,便于实现对农村市场的覆盖。”苏宁市场相关负责人表示。(何文)

创维4K曲面OLED系列领风骚

本次CES展会创维展厅巨大且简洁大气,重点展出的4K曲面OLED电视系列,不但在产品品牌中独领风骚,在全球智能电视中亦属罕见之作。

4K曲面OLED电视,有着“技术集大成者”的称号。在电视显示技术方面,OLED有机自发光即是即将取代液晶的“下一代技术”;在画面清晰度方面,4K超高清以4倍于全高清的表现代表了分辨率的新高峰。创维紧紧把握这一时机,成为最先发布并实现量产上市OLED电视的中国品牌。

此次展出的4K曲面OLED电视65S9000C,是创维新一代的旗舰产品,有着时尚却不失大气的外观设计,显示画面色彩丰富而浓郁,成功将电视显示技术与画面清晰度两个不同维度的最强技术结合到了一起。此外,65S9000C在机身厚度方面也有着极其惊艳的表现,实现了电视视觉体验的跨越式进阶。

同样显眼的55S9000F也是4K曲面OLED电视。其在外观以及性能方面都有着卓越的表现,对于创维而言,使其在高端产品市场的竞争力有了不小的提升。同时,依靠本土优势,能够大幅降低OLED电视的价格,意义十分重大。

一同重点展示的G9200产品,是核高基重大专项首次实现国产高端芯片应用于民用彩电并实现批量量产的成果。其搭载了自主知识产权的64位电视机芯片SOC64。同时,这也是世界上第一款64位芯片电视。

在见证“中国芯”强大性能的同时,也引领LED电视抵达了新的高峰。G9200采用4色4K Air屏体,延续了4色4K+的技术亮点,更为轻薄,屏体厚度仅7.5mm。G9200搭载目前唯一的电视机64位操作系统,支持Android L系统。两者的结合赋予了G9200更为快捷舒适的操作体验,在处理多个复杂任务时,均能实现零卡顿、畅快无阻的运行效果。

此外,创维还在展会期间同步展出了在海外地区销售的4K智能电视、机顶盒、手机新品。(从想)

随着4K超高清概念的热度火幅崛起,超细腻画质所带来的视觉震撼已经让消费者为之倾心。有的厂商拿出的武器是曲面液晶电视。而像创维、康佳这些厂商则推出了超轻薄电视的杀手锏。两军交战,形成了电视市场上旗帜鲜明的两大阵营。

超轻薄电视一路引领

在刚刚结束的2015年CES上,LG Display正式推出了超轻薄屏幕产品“薄·艺硬屏”(Art Slim),将显示屏幕的厚度、边框以及重量等指标推向了一个新的极致,厚度仅有7.5mm,与当前最新款的旗舰级智能手机厚度相当。薄·艺硬屏同时兼具色彩还原准确、可视角度广等优点,画质与超轻薄兼得。同时,LG Display相关负责人介绍到,之所以将其命名为薄·艺硬屏,是寓意将显示设备的造型设计与空间搭配之美,与超高清画质之美完美融合。

而在2014年,曲面液晶电视全面登陆。曲面液晶电视起初确实赢得了不少眼球。而在实际应用中,消费者却面临着曲面液晶电视单纯为了“弯曲而弯曲”所带来的诸多不便。这不由得让人对电视形态创新产生新的思考。

首先,生产技术的难度不同。现在卖场里的曲面液晶电视,大多是利用玻璃板的重力自然形成弯曲的形态,也就是显示屏通过外力挤压,使得显示屏发生形态变化,进而形成平面屏幕弯曲的效果。在液晶显示屏高度成熟的时代,实现如此“暴力”弯曲的难度并不大。反观超轻薄电视,其生产工艺则要精细考究很多。目前创维、康佳推出的超轻薄电视都是采用了薄·艺硬屏,薄·艺硬屏将背光模组和液晶玻璃进行紧密贴合,通过整体灌注工艺一体成型。曲面液晶电视在生产时为了弯曲的形态,使用简单的逻辑在电视机后部增加了加固横杆,导致了厚度和重量的增加。

其次,实用性高下立判。对于现在电视市场千篇一律的外观设计,曲面液晶电视无疑是成功吸引了眼球,也实现了产品品牌的差异化。但是软屏曲面液晶电视也衍生了诸多缺点:只有正中间的“皇帝位”才有最好的视觉效果、漏光、画面变形……为了弯曲而弯曲,消费者还为此付出了更多的购买成本,曲面液晶电视的实用性就大打折扣了。而超轻薄电视延续了RGBW 4色4K技术的优势,通过加入白色像素,大大增强画面亮度 and 对比度,同时配合广色域技术,有效提升色彩饱和度。再加上IPS硬屏的广视角特性,将超高清画质的效果再次推到一个新的高度。



超轻薄趋势从未改变

一位家电卖场促销员表示:“不少消费者购买电视首先找的还是性价比高的轻薄产品。曲面液晶电视也许是个新的产品设计,但对消费者来说只不过是华而不实的噱头产品,很难满足消费者心里对客厅空间的需求和成本方面的考虑。”

电视机身中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋曾说道:“电视机身轻薄化的趋势这几十年来一直没有改变。从CRT显像管到LCD液晶,电视轻薄化也已迈出了重大一步。而人们也没有停下探索的脚步。将电视做得再薄一些,再轻一些,做成纸一样薄,羽毛一样轻,也许就是人们的终极目标。”事实的确如此,当回顾电视发展的20年,我们不难发现从CRT显像管到等离子,再到液晶电视,电视在不断地变革。自CRT显像管开始,电视便进入了快速演进的瘦身时代。普通CRT、短管、等离子、液晶……曾经的“胖子”电视迅速瘦身,纤薄已经成为了电视更迭换代的一大标志。可见平板电视做轻做薄,才是电视演变史中的公认趋势。

超轻薄备受CES业界关注

在CES上,LG Display展示的多项新技术受到了北美当地主要媒体的高度关注与好评。搭载

HDR(High Dynamic Range,高动态范围图像)技术的65英寸OLED电视用面板首次亮相,随即被全球IT专业媒体CNET称为“明亮炫目(shines brighter)”,并评价为“下一代电视的最佳选择”。

CNET发文称,LG Display在专用展区展示了平面、曲面等多种OLED电视,其中,65英寸HDR OLED电视在维持正常能耗基础上,将最大亮度提升了60%,此项革新性技术受到广泛好评。CNET称,此产品的亮度优势能够同OLED的无限对比度优势相结合,充分发挥协同效应,实现最佳画质。

此外,CNET、THE VERGE、UBERGIZMO等主流媒体均表示,LG Display此次首次推出的6英寸Active Bending OLED面板相比竞争对手Galaxy Note Edge技术领先。

THE VERGE在题目为《现在忘记Galaxy Note Edge》的报道中提到,LG Display推出的6英寸OLED面板可实现双向弯曲,相比仅允许单向弯曲的Galaxy Note Edge技术领先,此项双向弯曲技术为首次公开。LG Display展示出的可穿戴(Wearable)显示、车载曲面OLED(Plastic OLED)显示,透明度由10%提升至17%的55英寸透明显示等革新技术和产品也受到主要媒体的高度关注,各大媒体称,作为全球第一的显示企业,LG Display展示了其卓越的技术实力。

康佳超薄易TV直降千元

性,更任性地饱含热情。第一响“预约有惊喜”,用户凭旧家电或旧手机可抵20元预约金使用,无旧电器的用户需缴纳20元预约金,可获得范冰冰签名红唇抱枕一个并享受团购最低价,凭旧机预约卡购机还可以再抵400元现金使用。

第二响“大屏4K电视,团购直降10000元”。75英寸4K原价49999元,直降10000元,团购价仅需39999元;65英寸4K团购价8999元;58英寸4K团购价5999元,简直在任性撒钱。

第三响“4K电视团购喜洋洋”,针对城市消费者,康佳主打“高主流”路线,玩上O2O团购,42英寸4K电视团购价2999元,49英寸4K电视团购价3999元,55英寸4K电视团购价4999元,65英寸4K电视团购价8999元,让价格风暴席卷更多用户。

互联网让我们对需要的资源,一步就到位,而康佳独有的视频、娱乐及教育资源,让影音娱乐从此轻松简单。

视频上,康佳&优酷,只需一站即可看够视频,更有视频四大必杀技,放心看:7200部海量影视,连

连看:7×24直播不间断,一站看:40亿优质独家资源,抢先看:1万+热播影视。

游戏上,独有的腾讯游戏电视资源,首次实现内置TV游戏同网竞技,再一次引领智能彩电新方向,玩HIGH大屏娱乐,更多精彩游戏,更可在电视上联网互动,畅享影音社交新时代。

教育上,康佳电视黄冈助学资源,包含从小学到高中共9大大学1229门课程,5000节课、3000课时,由95位最牛黄冈名师授课,先后培养出700多名学生保送至北大、清华等名牌大学。

超高的性价比,让我们尖叫的当然不仅仅只是低价,康佳电视最牛的是内容免费送:不仅免费赠送价值2.1万元的独家黄冈助学视频资源,更免费赠送价值1.8万元的优酷电视和娱乐节目资源,学习娱乐相辅相成,从此走上人生巅峰。

随着对电视市场的产业布局,康佳正不断向消费者输出智能、创新的电视产品。作为4K电视的领跑者,康佳正持续以亲民的形象致力为每个消费者打造超高清、现代化的智能家居梦。(任可)

志高全面量产高端云空调

对传统空调的植人和改造。这项技术变革,开启了空调云时代,使空调产品不仅第一次实现了与使用空间、气候环境、消费者三者之间动态搭配,更首次实现了空调产品电子化的检测、保修与自动化升级。“互联网思维,是在互联网、大数据、云计算等科技不断发展的背景下,对市场、对用户、对产品、对企业价值链乃至整个商业生态进行重新审视的思考方式。”志高控股董事长李兴浩如此表示。

例如,针对消费者提出的“空调运行模式太单

一,无法实现个性化定制”的问题,志高的“云定制”功能,就创新性地加入多种运行模式。可以根据自己的需求来设置最适合的睡眠温度,基本可以做到有多少人使用,就可以实现多少条睡眠曲线。

针对“为高端而来”的定位,李兴浩表示:“如今的互联网浪潮是整个家电业的机会,志高将借势在全球进行一场轰轰烈烈的‘去低端化、去廉价化’的高端品牌革命,让中国制造同样也可以成为世界优质产品的代名词。”(子珍)

优朋普乐5亿广告红包背后是盘大棋

电视具有自主化、个性化需求智能家庭载体成为大势所趋。

事实上互联网电视对传统电视的冲击不仅仅于此。据CTR媒介智讯数据2014年10月中国广告整体市场同比增长2.5%,而传统媒体的广告花费同比下降4.4%,互联网广告花费同比上升35%。面对互联网广告的增长势必都要来分一杯羹。

然而2014年初公布的财报和业内流出的消息种种迹象来看,视频网站继续处于巨额亏损状态,尽管有着持续需求增长,视频网站依然不能分享行业红利的胜利果实,加上传统电视广告逐渐下沉,这无疑给互联网电视广告带来了双重发展机遇。

自去年湖南卫视收紧自己节目分销权,芒果TV成为多档节目的独播输出载体后,芒果TV一方面获得内容输出的同时,另一方面是其广告效应的显现变化。因此,优朋普乐的5亿广告红包押宝也更具战略野心。

对于陌生的互联网电视广告,人们不仅发问

究竟有怎样的优势?实际上,相较于传统电视广告而言互联网电视广告具有更快的变现能力。以优朋普乐为例,他们拥有精准大数据广告投放系统,通过实时监测平台用户数据等,将产品更精准投放给用户,充分保障运营体系高效,实现广告销售联动。

探究其根本,互联网电视广告的核心价值更在于它的传播价值。一方面可以依靠大数据对目标人群进行精准定位,另一方面可将广告成本量化。而5亿广告红包资源的投入,绝不是单一吸引广告主愿意借助互联网电视进行整合营销的原因,是其良好交互性、精准性、可控制的特性才更具核心价值。

据了解,未来优朋普乐还将发力四个平台的打造,一是OTT TV的家庭院线平台的完善;二是精准化、可测量、更亲和的互联网电视广告平台搭建;三是优质TV电商平台倾力打造;四是基于用户需求的增值应用平台建立。四个平台集体发力将让互联网电视最终实现价值最大化。(陈杰)

■ 视点

主持人
何丹婕

“异业联盟”应对家电“新常态”

近期家电企业频频出招,大打战略合作牌,以往的市场是企业各自为战,到目前,战略合作已成为新的趋势。先有2014年12月14日美的与小米在签署战略合作,后有12月17日格力和红星美凯龙的牵手,再有12月30日海尔与恒大集团签署300亿战略合作协议,隔日美的和京东宣布100亿战略合作;转眼2015年开年,1月5日TCL集团发布和万达集团签署战略合作意向书……如此密集的跨行业战略合作,资源共享,利益共存,行业内称其为“异业联盟”。

家电企业搞异业联盟,一方面反映家电企业目前面临来自经营和市场的双重压力,整个家电行业进入到一个深入调整期,从增量扩能为主转向调存量、做优增量并存的转变;另一方面也看出家电企业在积极寻找突破机会,同时也是从“观念、认识、方法”上积极创新,趋利避害,顺势而为,寻求在经济新常态下取得突破。

应对经济新常态,可以从三方面突破:一方面是更加关注细分市场,深挖消费心理,运用先进的大数据工具,找到新的消费趋势和需求痛点,生产出更加针对性的产品;另一方面是更加注重研发和企业核心竞争力的打造,适应这个科技快速发展、用户需求更加多样、产品更加智能、产品开发迭代周期缩短等新形势下的要求;第三方面是更加注重企业的全面创新,不但要产品创新,同时要在企业管理、生产制造和营销市场方面创新,家电企业不但要看到移动互联网时代对企业营销市场方面的影响,同时更应该关注到工业4.0、产业互联网对商业模式、企业管理和生产制造方面的颠覆。

2015开年的“异业联盟”,便是家电企业在积极适应经济新常态下做出的积极主动调整和创新,从“适应”新常态向“引领”新常态转变;并且,“异业联盟”更像是在抛砖引玉,为整个行业带来新的思考。2015整个家电行业将继续围绕“深化调整、积极发现培育新的增长点”为核心,做出更多尝试和创新。

长虹获得两项国家科技进步奖

1月9日,在2014年度国家科学技术奖励大会上,长虹公司《微通道管路与换热器制造技术及其应用》及《星地融合广域高精度位置服务关键技术》获得国家科技进步二等奖,也是家电业唯一同时获得两项国家科技进步奖的企业。

据了解,《微通道管路与换热器制造技术及其应用》由长虹公司与上海交通大学等单位携手完成。长虹工程技中心和长虹空调公司主要从事新型微通道换热器的研制和空调产品制冷替代应用技术研究,历经五十多年的产学研持续攻关后,终于取得了令世人瞩目的创新和突破。“提高换热器效能,减少二氧化碳排放是项目的主要目标。”相关负责人告诉记者。

目前,该技术拥有知识产权58项;授权发明专利19项,实用新型专利24项,发明专利8项,获软件著作权7项。成果已经在长虹等单位成功应用,近三年新增产值27.61亿元,利润3.59亿元,税收3.02亿元。业内人士表示,该技术对于发展微通道管路与换热器先进制造技术,形成我国微通道换热器产业链,推动空调产业升级和节能减排具有重要意义。

针对目前室内复杂环境下卫星导航系统难于定位,现有室内定位技术的定位信号覆盖成本较高等问题,长虹佳华《星地融合广域高精度位置服务关键技术》形成广域室内定位及其与室外定位的无缝过渡解决方案。

据了解,该技术定位精度提升至“水平优于3米,垂直优于1米”,项目成果已成为科技部系统和系统的重要组成部分,作为科技重大成果已列入国家多项计划和卫星导航产业中长期发展规划,引起了国外的高度重视,如美国官方称“形成室内外无缝定位服务能力”,国外专家称“这是一项更精确的定位科学技术”,“为位置服务提供更广泛的覆盖”。

长虹佳华相关负责人告诉记者,《星地融合广域高精度位置服务关键技术》在智慧城市、智慧养老、移动互联等领域将产生重要社会效益。

业内专家表示,该技术为我国位置服务产业的发展奠定了良好的基础,给我国家通信行业提供新的发展思路,同时也为我国国家位置网建设提供新的技术途径,对提升国家位置服务能力具有重大意义。

零度智控全面进入无人机市场

2015年伊始,国内无人机的热度升温加剧,无人机已成为VC和媒体竞相追捧的领域,红杉资本创始人Michael Moritz甚至认为,无人机是未来大势所趋,几十年后,无人机会像火车、汽车一样普遍。

在如火如荼的市场环境下,无人机市场的参与者也为媒体所关注,除了Google、Twitter、Facebook等互联网巨头,以及深圳大疆、广州亿航外,还有一家来自专业无人机市场的零度智控(北京)智能科技有限公司正在酝酿进入消费级无人机市场。

零度智控于2011年全面进入多旋翼无人机领域,在专业航拍市场占据重要市场地位,多部知名的影视作品出自零度航拍师的镜头,其中包括近期热播的《智取威虎山》,热播真人秀《爸爸去哪儿》同名大电影,献礼南水北调工程、由八一电影制片厂出品的现实题材电影《天河》,中央新闻电影制片厂多部纪录片的航拍工作等。零度智控成立八年至今,已成为国内唯一一家同时拥有固定翼无人机、多旋翼无人机和直升机无人飞机控技术的企业,并在无人机云台、相机及图传方面拥有先进自主创新技术。

2015年,零度智控将全面进入消费级无人机市场。伴随着各家新品的问世,届时,技术积累将成为市场竞争的重要砝码。零度智控凭借8年的无人机技术积累,其转型将引起无人机市场格局的重大改变。(欣闻)