

■资讯走廊

LG 77英寸4K曲面OLED电视中国上市

3月17日, LG 电子在上海发布77英寸4K曲面OLED电视。作为全球首款OLED电视推出者、全球唯一可量产OLED电视的生产商, LG电子一直引领OLED电视技术的发展,此次4K曲面OLED电视在家博会的亮相,也显示了LG对中国市场的重视。

4K技术与OLED技术是各大品牌的力争之地。LG电子作为全球首家发布4K电视以及OLED电视的品牌,将这两大当今最顶尖技术完美融合在一起。

LG 77英寸4K曲面OLED电视拥有830万像素的超高清画质的细腻与OLED技术的绚丽,带来颠覆性的画质享受。LG独创的WRGB四色技术将OLED技术的优势发挥到极致。

这款4K曲面OLED电视还采用了LG最新的webOS智能电视平台,呈现在屏幕下方的快速启动栏可以左右移动,消费者在不返回到主屏幕的情况下通过快速启动栏直接切换到其他应用界面上,操作非常简单。独特的一站式推荐菜单“今日热播”功能,观看节目的同时,您能从这里直接进入其他推荐内容。“今日热播”操作也很简单,滚动条沿着屏幕中心水平滑动,使用“动感遥控器”即可轻松选择。(丹言)

老板大吸力油烟机受消费者青睐

在最近举办的家博会上,老板电器展示了老板电器全新一代大吸力油烟机,并且老板尊享95大吸力油烟机套餐的首次全球共享,成为高端厨电行业最大亮点。

百度大数据中心还公布了百度抽油烟机行业品牌搜索份额。数据显示,老板电器以9.96%的品牌搜索份额,位居第一位。同时,油烟机的吸力也已经成为除款式和价格以外,消费者最关注的因素。并且自2012年以来,吸力关注度持续上升39%。

中国家电协会秘书长徐东生表示,2013年家电市场整体有序发展,家电企业通过技术创新,使得高端家电的市场份额保持稳定增长。而以老板电器为代表的中国高端家电得到了消费者的普遍认可,尤其是老板“大吸力”油烟机得到众多消费者的认可,成为行业主流趋势,老板电器对于中国家电的高端化起着引领作用。

老板电器董事副总裁赵继宏回顾了老板在过去一年取得的成绩,同时表示未来三年,老板电器将全面启动新一轮战略规划,以产品差异化、品牌高端化、渠道多元化,全面实现3个30%的企业战略,继续引领行业健康有序发展。(欣闻)

莱克除甲醛空气净化器亮相家博会

在日前的家电博览会上,莱克展出了全新一代空气净化器KJ702。这款空气净化器可以有效净化室内空气,尤其对甲醛过滤效果极好。

莱克KJ702空气净化器土豪金的机身设计,整体面板的金色,边框采用银色,美观又大方。采用轻触式的按键,轻触式按键操作较为灵活,带有炫酷的液晶显示屏,使用起来一目了然。采用创新甲醛分解技术,快速高效持久去除甲醛,根据官方发布的数字,开机3小时甲醛去除率达到99.5%以上。还采用了HEPA过滤技术,可以轻松去除PM2.5,带有聚能离子杀菌技术,能够主动攻击杀灭病菌,使用活性炭除臭技术能够高效去除异味。

莱克KJ702空气净化器外观时尚,带有多种过滤技术,可以有效去除PM2.5等污染物,采用创新甲醛分解技术,除甲醛效果最佳,同时出风量大,过滤效率高。(胡琼)

恩布拉科制冷解决方案全球首发

恩布拉科在2014中国家电博览会上推出新一代制冷解决方案Wisemotion智驱。Wisemotion智驱制冷解决方案的最具创新之处在于:它是全球首个家用线性无油压缩机解决方案。这个新概念将带来家用制冷的革命,它为冰箱从结构设计到智能控制提供了更多可能性,同时带来了食品保鲜、节能和静音方面的全新客户体验。

为了开发Wisemotion智驱制冷解决方案,恩布拉科约100名工程师和研究人员的研究团队进行了10多年的研究才得以成功,并申请了80多项技术专利。

恩布拉科总裁Roberto H. Campos表示:“我们实际上谈论的是制冷行业的革命。我们发现,家电行业在寻求差异化的过程中正面临诸多挑战,Wisemotion智驱制冷解决方案可使制冷系统的设计更加创新,为客户带来全新的用户体验。”Roberto H. Campos 同时也强调:“Wisemotion智驱让家电业‘开发未来冰箱’的梦想成为可能。家用制冷市场将通过这一解决方案而实现巨大的技术跨越。”(小河)

长虹欲借互联网思维落地智能空调

编者按 刘体斌坦言,“空调的智能化是一块难啃的硬骨头,不只是因为这个行业拥有格力这样的老大哥,还因为空调与冰箱、电视的产品属性有所差异,空调要解决的是‘人、环境、能源’三者之间的智能协同与交互,要让空调真正懂得人与环境不断变化的需求,还要快速捕捉这一需求进行智能化调整。”

奥维预测,至2015年,智能电视渗透率将达到85%;2015年到2020年,智能洗衣机、空调和冰箱爆发式增长,市场渗透率分别从15%增至45%、10%增至55%、6%增至38%。未来几年,更多的家用电器将进入智能时代,基于数字化、三网融合、物联网、大数据、云计算等应用技术的智能家电将是信息消费的中坚力量。

在刚落幕的家电博览会上,一场丰盛的智能家电宴会触动了所有家电厂商的神经。大到电视小到电热水壶产品,无不想沾着智能家电的边,谋划在智能时代如何分到一杯羹。中国家电业的智能大战将被开启。

3月10日美的集团仓促美的发布家居战略后,18日发布美的智能空调并没有过多跟智能相关的新技术应用。本次发布只是为了先发制人,产品方面没有太多智能技术的体现。

智能家电=智能战略+智能终端

2014年家电智能化主角由黑电转变为白电,智能转型本质是企业发展战略以及管理观念的转型,因此,不从智能战略观念上转型就不可能实现真正的智能化。然而对于不同背景的企业来说,他们对智能家电的理解也各不相同。

奥维咨询喻亮星总经理认为,智能家电是微处理器和计算机技术引入家电设备后形成的家电产品。“必须采用一种或多种智能化技术,具有一种或多种智能特性,必须具有消费者可感知的具体智能特性内容。”智能家电至少具备网络化、智能化、开放性和兼容性、易用性、节能五大特点。

然而,光有智能战略,没有智能终端产品;没有智能战略,只有智能终端产品都算不上拥有智能家电,智能家电由智能战略和智能终端两部分组成。美的所发布的智能家居战略,由于没有真正意义上的智能终端,而格力只有智能终端产品,缺乏产业多元化和智能战略,也没有形成真正意义上的智能家电。我们传统的空调企业,缺乏核心的智能空调产品和真正能落地的智能战略。

格力电器董事长兼总裁董明珠曾在两会期间透露,“空调业未来发展方向应该是朝着更节能、更环保,一种多元化的、智能型的方向发展”。此后,在格力电器总工程师黄辉先生、财务总监望靖东就智能化发展战略与投资者交流时首次透露董明珠掌舵下

TCL杯首届“中国好创意”上海启动

3月20日,由TCL和工信部中国电子视像行业协会共同主办的“中国好创意”——TCL杯首届中国高校科学与艺术创意联盟精英赛暨第八届“全国数字艺术设计大赛”在上海理工大学启动。

中国高校科学与艺术创意联盟副理事长朱明健教授介绍,“此次TCL中国好创意不仅是我国数字艺术设计创意领域综合类规模最大、参与院校最多的高端、权威、专业的赛事,而且评委队伍权威,社会影响广泛,是创意设计领域的顶级赛事”。据悉,本次大赛已邀请到北京电影学院副院长孙立军教授、中国传媒大学动画学院院长黄心

志高图谋智能空调全球领导地位

自从2012年2月28日,由郑祖义亲自挂帅首席设计师的志高研发团队在北京震撼推出全球首款云空调,当时质疑者不在少数。虽然传统空调搭载云技术大有可为,但连志高空调董事长郑祖义博士对其发展速度也许都始料不及。

据公开报道,进入2013年之后,格力、美的、海尔等主流空调厂商相继跟进,新浪、腾讯等IT巨头也纷纷捧上“一足”。不过,当其他空调巨头的空调智能化方向,大部分还停留在智能控制层面时,志高云空调凭借着独特的五大云功能,凸显了智能空调领跑者的优势。

为什么是志高?相对于格力年销售额逾1000亿的“航空母舰”,年销售100亿的志高空调在吨位上只能算是中型企业。所谓“船小好调头”,船越小调头越容易,但是对于“另辟航线”的风浪和未知风险,小企业为求生存只能亦步亦趋,大型企业为了捍卫

百度电视云升级智能电视用户体验

近日,百度电视云发布最新版本,进一步优化各项功能,旨在为用户带来更加人性化的交互体验。有业内专家表示,百度电视云此次版本优化,打破了智能终端多样化带来的个人数据碎片化困局。

2013年起各大互联网公司联合硬件厂商和传统电视机制造商,共同发力智能电视,但都将目光锁定在更高配置硬件竞争上。用户体验不佳成为制约智能电视发展的短板。

百度正是看准了这一市场短板,希望通过自身强大的技术力量,结合先进的云存储、云计算、云推送等优势技术,以精彩的用户体验为利剑,在竞争中夺得一席之地。其中百度云技术是提升用户体验的核心。百度电视云正是以百度云服务为基础,以云端书签系统为核心,旨在实现云端一体、家庭共享的目的。此次百度电视云主要新增了以下功能:TV端增



的格力智能化目标——根据空调用电大户、环境调控等特性,格力将建立以空调为中心的“节能、健康和便捷”的智能家居,最终让智能为自己定位为能源与环境管理角色服务。

同样,面对董明珠眼中“智能化,就是空调的节能、健康、便捷服务”的这一发展思路,四川长虹电器股份有限公司总经理刘体斌表示,“我无法认同。让智能化为空调的节能、健康服务,这还是一种典型的功能时代思维,完全忽视互联网时代空调在家庭 and 人们日常生活中所扮演的‘交互、协同’平台作用。换句话说,智能化给空调带来的不只是技术性能的提升,更重要的是用户产品智能体验的变革。”

就在3月24日晚间,美菱电器发布提示性公告披露,“子公司长虹空调将于3月底发布全新的智能空调,这将是与现有空调完全不一样的智能化产品,从空调的使用方式、人与空调的交互,以及空调对于环境和人的智能化感知和控制等方面,将会全面打破现有空调创新思维。”

刘体斌坦言,“空调的智能化是一块难啃的硬骨头,不只是因为这个行业拥有格力这样的老大哥,还因为空调与冰箱、电视的产品属性有所差异,空调要解决的是‘人、环境、能源’三者之间的智能协同与交互,要让空调真正懂得人与环境不断变化的需求,还要快速捕捉这一需求进行智能化调整。”

黑电优势嫁接智能白电

目前,全球80%以上的空调均由我国生产,今年我国变频空调的比例会占到60%以上,但是我们变频

面设计作品、工业设计作品、动画作品、视频作品等艺术门类,并在全中国按省为单位,设立27个分赛区,目前各分赛区的推进工作已在稳步进行中。

TCL多媒体中国区销售公司运营总监胡学军表示,“TCL与高校联盟希望通过这样的分组形式,让全国上千所高校参与进来,让不同类型、风格的创意人才都能得到自己发挥的空间,百花齐放、百家争鸣”。而为了进一步激活中国创意产业,为优秀的创意设计人才提供更广阔的发展空间,据其介绍,TCL将会为本次“中国好创意”豪掷100万巨资作为大赛奖金,并为本次大赛中脱颖而出的人才提供独有的就业机会,选送本次大赛的优秀作品代表“中国好创意”在美国好莱坞展出,一举登上国际创意设计的大舞台。(肖何)

在一定的时期内,领跑者通常亦担任着领导者的角色。带着民营企业与生俱来的强烈危机感,从2012年以来,志高努力地打出了一系列组合拳,不断稳固其智能空调时代的领导地位。在云空调推出当年,志高就在全国苏宁连锁店建立了多个云空调体验馆;第二年(2013年),志高在全国重点城市举行了各种形式的云空调品鉴会。同年,志高于北京成功举办云空调高峰论坛,在论坛上,志高空调董事长郑祖义发表了题为《做云空调应用的开拓者与领军者》的演讲。据知情人透露,今年(2014年)由志高主导的云空调标准有望出台。

据志高内部消息人士透露,志高空调董事长郑祖义博士在志高集团全体主管会议上,对主管干部们鼓舞有力地宣布,志高要成为全球智能空调的名片,更要成为智能空调时代的第一品牌。而云空调产品从推出至今,已经推出多代新产品,市场反响良好。由此可知,志高将在较长时间内不仅要成为空调智能化时代的领跑者,更将追求成为当之无愧的全球领导者。(何闻)

互动体验。有评论称,百度电视云的最大创新,是让数以万计的云端内容在多屏间同步,真正做到了用户体验的极致提升。百度电视云打通了百度云账号体系,支持用户在设备间共享多媒体数据,还能通过网页、微博、微信方便地查找、分享视频和图片,甚至可以轻松地控制智能电视播放,实现私人家人或朋友订制播放内容。

除了百度电视云,另有消息称百度还将推出自己的电视盒子。据悉此款盒子将会在市场现有盒子的基础上,结合百度电视云技术,呈现出更丰富的内容、更便捷的操作、更完美的硬件表现力。在未来一年内,百度电视云将覆盖数千万的智能电视终端,满足国内庞大的智能电视时长需求。业内人士分析,“百度电视云不但完善了百度‘个人云’的产品线,更为百度在日渐白热化的智能电视市场竞争中获得了独特的技术先机,掌握了客厅互联网的人口。”(杰闻)

互动体验。有评论称,百度电视云的最大创新,是让数以万计的云端内容在多屏间同步,真正做到了用户体验的极致提升。

百度电视云打通了百度云账号体系,支持用户在设备间共享多媒体数据,还能通过网页、微博、微信方便地查找、分享视频和图片,甚至可以轻松地控制智能电视播放,实现私人家人或朋友订制播放内容。

除了百度电视云,另有消息称百度还将推出自己的电视盒子。据悉此款盒子将会在市场现有盒子的基础上,结合百度电视云技术,呈现出更丰富的内容、更便捷的操作、更完美的硬件表现力。

在未来一年内,百度电视云将覆盖数千万的智能电视终端,满足国内庞大的智能电视时长需求。业内人士分析,“百度电视云不但完善了百度‘个人云’的产品线,更为百度在日渐白热化的智能电视市场竞争中获得了独特的技术先机,掌握了客厅互联网的人口。”(杰闻)

■视点

主持人
何丹俾

2014 家电业深度触网

在互联网时代,家电企业触网明显比IT企业慢了很多。但是这两年内,几乎所有的家电企业都已经在布局家电的电商销售渠道。2014年,家电业内已形成共识,今年家电企业必须深度触网,电商渠道对家电行业的影响已越来越大,企业们也不得不重视,从之前的做着玩玩,已经到了必须深度布局、合作的程度。

2014年京东大家电的比例将超往年。京东集团副总裁兼家电事业部总经理闫小兵表示:“我是见证整个京东商城家电行业的成长,前两年京东确实还是上门主动跟一些二、三线品牌签订合作协议。直至去年,很多一、二线家电企业已主动到京东签订很多战略合作协议。2014年就完全不一样,京东几乎和所有的一线厂家达成了很重要的合作协议,这些厂家们已远远不是把互联网当成个布局来随便做做,搞个新鲜时髦的东西的时候,而且都已经把和互联网渠道的合作看成企业未来发展很重要的版块。甚至很多企业都能深刻认识到家电要是不触网就等于等死!”

闫小兵还透露,目前海尔已经把2014年作为互联网元年来看待,甚至很多企业也把把深度触网看成是第三次革命。今年京东能明显感受到厂家热情远超从前。由于这些一线品牌企业线下渠道做得比较强大,实际上触网相对比较晚,越强的企业向互联网转移就越慢,所以在转的过程中他们包袱压力更大。现在来看,企业已经不是通过触网在作秀,已真正从战略来深度布局电商渠道。像海尔彩电这样的产品,过去想寻求合作几乎无不可能,而从去年年底首开深度合作。

最近,海尔电视再次发力新智能电视研发,将高端智能模块化电视新品在京东发起预售活动,再次将京东作为首发平台,可见对京东平台的重视程度也远超从前。

电商行业专家罗浩元表示,从海尔等企业对京东平台的态度转变来看,家电企业们已经深刻意识到京东渠道的重要性。海尔电视与京东平台的深入合作,已经体现了海尔集团在京东渠道的深度布局,家电企业大佬们已然已经将京东作为很重要的渠道。

2014年家电企业深度触网,未来家电业竞争将直接从线下搬到互联网平台上来。

PLS面板为“悦彩”带来绝佳体验

随着生活水平的提高以及互联网的普及应用,人们对电脑的要求越来越高,在打游戏、看电影、欣赏照片时要求显示器能够带来绝佳的显示效果,纵观显示器市场,三星悦彩S24D360以优秀的销量和良好的口碑,成为满足现代人群多元化需求的代表,完美诠释了科技与生活的结合。

据悉,“悦彩”显示器共分SD360和SD390两种型号均配备三星独有的PLS技术面板,依托三星的“独家秘笈”,悦彩显示器成为人们日常生活必不可少的家居产品。

以不久前上市的三星S24D360为例,该产品采用三星原厂PLS面板,178°的广视角可完全摒弃普通面板侧视时出现的“色彩漂移”现象,充分满足各类用户的视觉需求。显示细节方面,PLS面板色彩还原更加绚丽准确,图像光滑通透,像素呈现干净利落,完全无“油腻感”。此外,三星S24D360还拥有专门为游戏玩家量身定制的“灵视竞技”功能,可有效避免因动态画面产生的残影问题,通过对局部区域像素的单独调整,丰富游戏画面中暗部细节渲染,实现突出画面层次感的表现效果,让人们在业余生活玩游戏时更能身临其境。

除了重点打造产品体验外,三星在“悦彩”的外观方面也不遗余力,完全符合现代美感要求。华美的ToC琉璃工艺,打造出三星悦彩显示器晶莹剔透、质感一流的独特边框,灵动的支架设计,更为三星S24D360增添了几分典雅气质。(陈杰)

国科高清音频芯片参展CCBN

3月20日,中国国际广播电视信息网络展览会(简称CCBN),在中国国际展览中心正式开幕。CCBN汇集了全球的数字电视与宽带网络产业企业的创新成果。国家工业和信息化部认定的集成电路设计企业湖南国科微电子有限公司,携带一款高清音质解码芯片GK1107引发了行业关注,被誉为“一颗改变未来音频市场格局的芯片”。

高清音质解码芯片GK1107是基于业界集成度最高的音频处理芯片,国科将高清音频处理的核心功能浓缩至到半个名片大小的模块上。这颗芯片看起来是名副其实的“小个子”,但就是这种小个子,却有着大能量。

国科GK1107芯片,有三大优势:1.集成度高,成本低,片上集成高保真度Audio ADC/DAC、I2S输入输出、支持外部HDMI唤醒等功能;2.处理能力强,低功耗,内置三核32位RISC处理器,内置独立standby MCU,可低功耗待机;3.丰富的外部接口,支持USB OTG可直接播放USB设备上的各种格式的音频文件。

另外,特别值得一提的是,其顶级的9.1声道、高端的蓝牙wifi集成技术,完整的集成解决方案,每一项功能都像一颗重磅炸弹,冲击着整个音频行业。

国科GK1107芯片集成了各种音频解码、音效处理、面板控制、模拟与数字输出等功能,当然,其最大也最受瞩目的特点,就是可以通过特有技术将立体声音源输出成为5.1/7.1/9.1环绕音效,这是普通厂商难以企及的顶尖技术,只需插入普通的2.1或5.1声道的音源输出便可模拟出9.1声道的音频,带来更具深度和方向感的听觉体验,无论用在电视还是手机上,都可以让人体验到前所未有的音乐震撼。

除了9.1声道,国科GK1107集成了蓝牙和WiFi等功能,也备受业界关注。(向阳)