

OLED掀起新显示技术革命

□ 何丹婵

■资讯走廊

现在流行玩电视

互联网的时代,很多“电视控”们需要极致的好玩。

康佳9800易炫系列、1800易酷系列新品电视,让一切人机操控就变的简易起来。工作人员为粉丝们展示了康佳首创的“易UI”,一键即可实现电视频道直播、抓取热门频道、打开多源视频平台、登录应用商店和播放多媒体存储设备中的影视资源,简易至极;易UI完全颠覆以往智能电视的设计,只需要进行左右键选择,即可实现无级滑屏,轻松切换直播、在线视频、应用商店和文件读取4种界面,告别复杂繁琐、清晰简便。

康佳更简易连上互联网冲浪,一切好玩的东西就这样接踵而来。针对上网连接困难的问题,康佳“易”系列新品创新“一键上网”,无需设定IP和输入密码等,联网就是极致简易和快人一步。除了无线WiFi外,“易”系列还能够进行蓝牙4.0对码,家里的蓝牙设备都大派用场了;易系列电视采用了苹果SS、笔记本Air等最高端产品使用的2.4G+5G双频的WiFi技术和第5代的802.11ac的传播标准,它的传播效率能提升3倍以上,达到了千兆级的水平,这样看视频整个传输绝对不会有卡的感觉。配合NFC技术,Ui界面想变就变,DIY定制,并支持内置NFC技术的手机,轻轻一靠即可将电视节目内容拿到手机上随走随看,精彩节目不错过。全家人都可以参与其中,不仅是“低头族”变成“抬头族”和“分享族”,还是好玩舒适的畅快“易”体验。(玲玲)

莱克优势提供家庭净水设备

随着中国经济提速,工业高速发展,中国的水生态环境持续恶化。根据国土资源部的调查,在2002年之前,中国超过60%的地下水资源低于1到3类的标准,而到了2009年,全国地下水资源的73.8%已经降低到4到5类的水质。目前我国多个地方出现的饮用水危机,个别地区甚至出现癌症村等严重的健康和社会问题。

现在,中国家庭迫切的需要引入全球先进的净水科技,喝上纯净健康的放心水,用高品质的专业净水系统去守护家人的健康。

应对时势需求,莱克·碧云泉净水品牌,携同旗下智能净水系列产品闪耀上市,以其提供的纯净净水系统和一流的净水服务体验。莱克专注全球净水领域20年,始终致力于通过持续的技术创新,为全球消费者提供与众不同的高性能高品质家居清洁产品。

莱克·碧云泉智能净水系列产品以欧美高端家居生活为标准,致力于为用户提供高端的净水生活体验,以充分满足中国家庭高品质、高格调的生活需求。(小胡)

索尼2014年电视机新品发布

近日,索尼(中国)有限公司正式发布2014年BRAVIA电视机新品,包含3大4K系列电视新品X9500B、X9000B和X8500B以及6大1080高清电视系列W950B、W850B、W800B、W700B、W600B和R400B。其中4K新品三个系列共9款机型,屏幕尺寸横跨49英寸到85英寸,配以全新尖端音画处理技术和设计,并有更丰富的智能功能,再次挑战4K音画体验极限。

4K电视新品三大系列耀世登场:旗舰机型X9500B系列配备85/65英寸超大屏幕,如钻石般华丽尽显;X9000B系列覆盖79/65/55英寸,首创“Wedge Design”楔形设计,尽享天籁般完美音质;X8500B系列拥有70/65/55/49英寸四种选择,4K迅锐图像处理引擎PRO结合特丽魅彩显示技术带来自然真实的视觉体验。

索尼集团高级副总裁、家庭影音娱乐事业本部副总裁高木一郎先生与索尼(中国)总裁栗田伸树先生出席了此次发布会并分别介绍了以“专业4K”为核心的索尼电视业务发展概况,以及包含电视业务在内的索尼中国业务发展要点,同时强调4K电视是索尼发挥4K全产业链优势不可或缺的核心构成,电视业务在中国市场的发展重心不会转变。(郭慧)

日前,中国电子商会、清华大学色彩研究所联合面板供应商LG Display于北京共同召开了“开启显示技术新纪元——OLED新一代显示技术发布会”,创维作为LG战略合作伙伴受邀参与,共同探讨新一代显示技术的发展与未来。从显像管电视(CRT)、液晶电视(LCD/LED)到OLED时代,显示技术的飞速发展,改变着人类的视听生活。OLED电视颠覆性技术是拒绝比较的,它承载着未来显示革命的无限可能。

同时,会议上发布了《OLED新一代显示技术规范》,首次从行业角度明确OLED电视产品特性定义,将对未来产品规范起到积极推动作用。行业协会和各大品牌均达成共识,积极推动新一代技术OLED电视的发展。

近日有彩电品牌推出ULED(Ultra LED)电视,对外宣称ULED可媲美OLED电视。专家指出,创造个傍上大款OLED的新名词——ULED,就妄言开启显示技术革命是自欺欺人,OLED技术是行业公认的下个十年显示技术的核心。

ULED:实为LED技术

所谓ULED采用多分区背光控制技术,提升高对比度、高色域和高速响应的画质表现力。该品牌负责人在发布会现场表示,相比普通的LED背光产品,ULED对比度可以提升十倍以上,色域范围提升30%以上,完全可以媲美OLED。

业内人士都知道图像色彩、对比度这样的指标完全可以通过背光调节等增强性技术实现,一位彩电行业知名技术专家表示:ULED采取的是直下式多区调光方案,这个方案并非新技术,几年前台湾友达、LG都推出过这样的背光技术和产品,它和市面上普通LED没有本质不同。

OLED:显示领域新技术

显示技术的每一次跃迁,带给我们的都不只是视觉革命,更大的意义是商业革命和生活改变。

比如液晶在成功削掉CRT电视几厘米的厚度之后,便彻底改变了人们的视觉和生活。电视从又厚又重变成了时尚纤薄,从只能坐式陈列变成可



悬挂。

液晶显示也催生了智能生活的加速到来,手机的发展也基于此技术,多屏时代改变了人们的生活!这是显示技术的革命。

随着良品率提高,OLED将会得到全面普及。OLED无需偏光板、背光模组和彩色滤光片,也可能未来成本比液晶还要低。OLED被公认为液晶显示的直接替代者。OLED电视的商用普及,意味着该项技术的成熟,液晶显示也是这样走过来的。LED液晶电视自2008年底上市,到2010年零售量比2009年增长604%,到2012年,LED已成为平板电视的主流产品。

OLED:屏幕的彻底颠覆

不仅如此,OLED他还可以有更多的想象空间。2009年底,以LG为首企业展示了一项新的显示技术:在显示屏的中央,可以看到一株小花在随风摇曳,绕到屏幕后面再看显示屏,依然可以看见那株小花,而

不是黑色的机壳。这就是OLED透明显示技术。

未来的OLED显示屏可以折叠、弯曲,甚至可以像一张纸一样挂在墙上或者装在口袋里,也可以镶嵌到你的衣服上,不显示时和衣服融为一体,这些都已经不是想象。OLED透明显示的展示其实已经预示着,显示产品可以与装饰与显示功能合二为一,比如玻璃窗户、墙壁等都可摇身变为显示器,展现各种图像。

OLED电视被称为显示技术的革命,未来十年显示的核心,不仅是我们今天看到的屏的价值,更给未来带来更多想象,这是完全拒绝被比较和等同的。2014年OLED电视的推广元年,行业更应共促OLED电视的普及发展。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,目前OLED电视技术条件已臻成熟,并逐渐实现了面板量产和尺寸多元化,未来OLED电视必将成为彩电市场的主流产品。

创维首家量产上市OLED电视

创维首批量产的55英寸天曜OLED电视E980系列已进驻北上广深等城市创维专柜,这是创维继2013年底发布国内首款OLED电视后,再次领先行业,成为国内首家量产上市OLED电视的企业。

创维首批量产上市的天曜OLED电视,采用四色OLED技术,搭配自主研发四色引擎引擎,实现了显示技术四大革新:1.画面达到100000:1的极限对比度,黑色更为纯正,就连黑色画面中的发丝也纤毫毕现;2.0.001ms极速响应时间,超越人眼极限20倍,精准捕捉瞬间之美;3.新增白色子像素,使屏幕多出208万子像素,色域覆盖率比普通OLED电视高出15%,达到惊人的115%,比真实更出色;4.有效可视角度提升1倍,即使在不同角度,观众都能看到同

样精彩的画面。值得一提的是,天曜OLED系列拥有1mm极窄边框,7mm超薄的工业设计,比iPhone5s还薄0.6mm。创维天曜OLED搭载自主研发专为电视而生的天曜4操作系统,开启了电视无界时代:1.独家拥有影视全搜索、直播接着看、影视分享、直通好莱坞、直播频道等影视资源跨界整合,让电视影视无界;2.专为电视研发的神奇手机遥控器,可遥控电视、搜索播放影视,实现跨屏资源分享、社交、玩游戏等功能,打破手机、pad和电视屏幕的界限,让屏幕无界;3.独家拥有电视视频聊天和微信点播功能,哪怕身在异地也能时时与家人视频聊天,为家人点播精彩大片,让

爱随时陪伴家人身边,让电视实现地域无界。

强大的技术储备及敏锐的市场洞察力使创维总能准确把握市场节奏,迅速推出新产品,在彩电产业发展的每一个关键节点都担当了“领头羊”的角色。具有健康管理系统的云电视、UHD超高清云电视、DIY电视E7C、全色域4K 65E900U电视,均由创维首创全球首发;第一台中国品牌OLED电视,第一台4K家庭互联网电视“酷开UI”也由创维在全国率先发布……这次创维在国内首家量产上市OLED电视,再次率先拉开与竞争对手的距离,标志着创维已率先掌握了下一代显示设备的相关技术,展现出了强大的产业链整合能力,也显示出其在中国彩电领域的绝对优势。(任可)

方太“以用户为中心”实现智能化

中国家电业的2012年是整体市场发展比较低迷;2013年被定为非常快速的恢复增长期,体现着中国市场的快速修复能力;2014年我国家电业的增速会放缓一些,放缓的过程中,家电行业在产品各个品类看各有不同。但是厨电与房地产关系密切,与生活感受要求也很密切。2014年,厨电市场的变化会比较大。

根据中怡康预计,2014年预计将出现12%的增长,整个厨电行业增幅应该9%左右,其中烟机零售额应该能涨到16%,零售量大概6%的增长。厨电的产业升级形势非常明显。在加上2014年搭载着智能化的进程,厨电行业升级还是比较快的。

为此,方太集团董事长兼总裁茅忠群表示,现在业内对于互联网思维讨论得非常多,用户思维是其中最核心的一条,也就是说怎样以用户为中心开发出让用户更加惊喜、更加感动的产品,企业的本质是

不变的。

无论是方太的风魔方还是云魔方,我们发现中国家庭用户对吸油烟机最大的特点,还是在吸油烟机机效果。它不但对身体健康有很大伤害,而且会对你的烹饪带来很大的不愉悦,还要把你的厨房跟客厅格局打破。中国的厨房都有门,在你下厨的时候,不能充分享受跟家人的沟通。不管智能化还是其他,首先得把油烟这件事解决,从风魔方到云魔方我们主攻的就是吸油烟机效果。

茅忠群强调:“对于智能,它还只是一个概念,我们要找到它的核心,它的核心不是以用户为中心,怎样让用户更方便,更愉悦,而不是说,我们有什么样的功能,如果这些功能让用户反而不方便了,我认为这可能是走错了方向。所以我们始终认为万变不离其宗,还是紧紧围绕用户,让用户惊喜,让用户更加方便,带给用户更多的感动,从这个角度引领厨卫的

发展,就是我们提出来更加健康环保、更有品位的生活方式。”

据了解,我国专业生产厨电产品的企业都强调民营企业,他们做企业非常认真、踏实,不盲目求大,非常理性。至今,中国自主厨房电器企业品牌已经牢牢占据了厨电高端市场,特别是吸油烟机和燃气灶产品。这些企业具备很强的本土作战能力,加上中国市场广阔,用户基数庞大,并且拥有中国特色的饮食文化以及中国消费者固有的饮食习惯。这些厨电企业能真正按照中国人的饮食文化和使用习惯来开发的产品。这也正是茅忠群所讲到的“以用户为中心”。

互联网家电时代,厨房电器最需要的是智能化产品,需要真正从用户角度研发的智能新品,智能不能只是概念,智能需要做到真实的应用。(何丹婵)

格兰仕“三镜”升级微波炉产业

“新时代,普及节能环保的微波炉产品和普及微波炉的健康烹饪方式要双管齐下。”格兰仕公司有关负责人透露,格兰仕正在以“三镜”思维重塑微波炉产业新价值——用望远镜思维升级全产业链,用广角镜思维推进新品研发,用显微镜思维打造“五心”服务系统,贴近需求创新产品,围绕消费升级创新营销和服务。

格兰仕微波炉拥有100%的核心自我配套能力。从一根电线到元器件到核心部件,从结构设计到工艺创新到工序革新,磁控管、电线、电机、组建……格兰仕微波炉可以第一时间得到自有体系的响应。格兰仕微波炉持续16年全球产销量领先,与其深度的全产业链配套能力密不可分。格兰仕斥资30亿进行自动化工厂升级,是投资未来的事,这一战略举措是格兰仕微波炉“望远镜”思维的生动写照。

据了解,在格兰仕的自动化新工厂,一台微波炉从零部件装配到成品下线装箱,所有制造流程都在空中完成。新工厂按“两翼收缩、立体汇流、一箭式”理念进行布局,以变压器、磁控管、电脑板等核心配件数字化制造为两翼,自动化注塑、连续模冲压,结

合配件环保型重力自动化JIT“立体汇流”配送为主体,实现家电制造从原材料到成品出厂“一箭式”直线型工业布局。智慧的生产布局和自动化流水线,大幅提升了人均效率,实现了高效制造的输出。据格兰仕微波炉总装车间统计,新建工厂的单人效率比传统生产线提升了62%。

如果说全产业链配套的自动化工厂是产业持续发展的有力靠山,那么适销对路、超越消费者预期的产品就是企业持续做大做强的核心引擎。用“广角镜”思维研发产品,让格兰仕微波炉从蓝图开始就贴近消费者。“工业创新要不为定见所束缚。我们要求一切研发与消费者互联,一切研发与新的健康生活方式发生关系。”格兰仕微波炉研发负责人介绍,节能化、智能化、信息化、人性化、家居化是格兰仕微波炉新时期创新研发的五个着力点,促进消费升级是创新研发的前提,所有的创新都要能转化为消费需求。

据了解,格兰仕是国内率先建立国际一流微波炉研发中心、国家级实验室的企业,建立了中国首家微波炉美食烹饪实验室。近年来,格兰仕在不断推出引领行业趋势的节能、智能微波炉新品的同时,持

续开发微波烹饪功能,积极推动专业微波炉器皿的研制和方便微波美食的开口,有力拓宽微波炉的便捷功能及实用价值。

格兰仕1993年提出“努力,让顾客感动”的经营服务宗旨,对于消费者而言,好产品是最有价值、最让人感动的服务。“耐用、好用、易用”是中国消费者对格兰仕微波炉最质朴的评价。在格兰仕微波炉20周年生日的时候,一位北京老用户专程赶到广东顺德,将一台为3代人服务了15年多的微波炉献给了格兰仕。格兰仕对产品品质的极致追求在客户服务是同样的体现,其“显微镜式”的客户服务也让用户有口皆碑。格兰仕是首家在微波炉、小家电领域提供上门服务和跨品牌服务的企业。“今天,我们不仅要让顾客感动为宗旨,更加要注重让消费者微笑,要有超越消费者心理预期的服务要求。”据格兰仕集团客服中心负责人透露,格兰仕在“五心”服务(省心、诚心、细心、安心、舒心)体系基础上,依托24小时全国呼叫中心,将进一步优化“3个1”工程,即响应用户需求的“1小时跟进、1天内服务、1月内回访”为核心的即时服务体系。(青春)

■视点

主持人 何丹婵

厨电三四级市场需深耕

随着新型城镇化提速、互联网的普及以及渠道变革三大因素的综合影响,三四级家电市场将迎来快速发展期。厨电产品市场规模将逾千亿,城镇化建设推动内需释放,三四级市场呈现高速增长。

截至2012年底,我国城镇化率只有53%,而发达国家城镇化率达到80%,显示强大的增长空间。目前各品牌对三四级市场的重视程度逐渐加强,在各厂家的持续发力下,未来三四级市场的潜力将会进一步激发,深耕三四成重点。

互联网正在改变我们的生活,消费渠道多元化。实体店出现颓势,“小而美”的渠道模式贡献度大。传统零售业态增长缓慢,并且有逐步衰退趋势;便利店、专卖店、专业店等“小而美”渠道业态价值相对较高。

网上销售趋势直线上升,线上业态:逐步完善,从进入向成长迈进。目前家电行业的电子商务仍处于市场导入期,目前多数用户只能接受从网上购买衣服、玩具等小件物品,对于网购家电产品仍存在诸多障碍。从长远趋势来看,家电行业电子商务渠道仍在不断成长和完美中。

三四级家电市场渠道发展呈现渠道深度下沉、电子商务逐步完善、传统渠道服务提升等。2013年四类主要产品市场规模合计960亿元,其中吸油烟机的增幅高达15%,厨电产品规模逾千亿,三四级市场高速增长。2013年油烟机三四级市场规模突破30亿,增幅高达60%;随着城镇化提速,预计2014年油烟机市场零售规模有望突破50亿,占总体上接近20%比重。价格结构逐渐呈现高端化趋势,高端产品正逐渐占据主要地位,2013年零售额占比达36.5%。

厨卫电器不断向智能化、不断联网。随着用户居住及人文环境的改变,居住条件多为大户型大厨房,因而人们对产品诉求发生改变,更注重产品易清洁。厨房油烟成为影响厨房环境健康的重要因素,因此吸力弱排烟差是消费痛点,高效净吸、自动巡航增压排烟是消费者核心需求。

希思卫与中视艺术家协会推3D产业发展

在第22届中国国际广播电视信息网络展览会(CCBN)上,希思卫科技宣布与中国电视艺术家协会(CTAA)立体影像3D委员会合作,推动3D产业在中国的发展,并提供更多的以观众为导向的技术解决方案和3D视频内容。

中国电视艺术家协会(CTAA)3D委员会于2012年成立,隶属于文化部。希思卫科技与3D委员会合作的第一个重要目标就是在中国推广3D产业。通过接洽电视运营商并为他们提供完整先进的3D播放技术(包括矩形裁剪、3D Tile和3DZ Tile,使播放机构能同时为2D、3D和裸眼3D的观众服务),希思卫科技的尖端技术将更好的在中国得以应用。

这些新技术能帮助播放机构节省带宽并利用现有的高清设施提供出色的3D服务,还能帮助制作新内容以吸引最终用户。是在中国市场推广3D Tile格式的重大进展。(欣闻)

首款鼻用空气净化器京东首发

近日,全球首款鼻用空气净化器霾星人正式在京东商城发布。让商家出乎意料的是,在1小时内1000套组合套装被买家一抢而空,超出销售预期。

针对时不时的雾霾天,人们已经习惯佩戴口罩防PM2.5。然而,普通口罩仅10%的滤效率难以让人满意。“这些普通口罩过滤效率低,除了滤材不合格,关键是口罩存在严重漏气问题,即使实验室检测过滤效率达标,在实际佩戴时过滤效率也会大打折扣”,据霾星人鼻用空气净化器研发中心王洪超博士介绍:“除此之外,目前市面上的一些口罩呼吸阻力很大,长期佩戴容易导致呼吸不畅甚至呼吸困难,因此不适合在日常生活中长期使用。和普通口罩不同,霾星人鼻用空气净化器是北京万生人和科技有限公司10余位专家,历时一年半深度研发,并获得多项国家专利的全球首款鼻用空气净化器,产品过滤效率达到99%以上,可吸入颗粒物小于10μg/m³,达到了世界卫生组织对空气质量的安全标准。”除此之外,霾星人鼻用空气净化器还可以对空气中的花粉、微生物起到防护效果,对易在春季高发的呼吸系统疾病具有预防作用,特别是对过敏性鼻炎症状发作起到很好的缓解作用。

目前,霾星人鼻用空气净化器官方旗舰店已经登陆京东、天猫等电商平台,销售情况异常火爆。(杰闻)

Polycom新理念助视讯沟通无界

基于开放标准的统一通信及协作企业Polycom发布其全新市场理念“视讯无隙沟通无界”。为更好地展现这一理念,Polycom日前集中亮相了多款全新解决方案,包括CloudAXIS云跨界平台、Polycom移动视频最新应用及Group系列。

Polycom大中国区总经理李钢介绍:“随着4G网络的发展,对协作式沟通提出了更多要求,在沟通过程中除了视频、语音以外,更重要的是内容共享。Polycom的视频、音频及内容共享解决方案,能让客户实现畅通无阻的面对面协作,不管身在何处,无论用电脑或专用设备,都能够像现在这样沟通。我们的目标是使面对面协作沟通成为提升政府、金融、企业管理效率,提高生产力的重要工具。”

为了抓住4G带来的市场前景,Polycom加快和电信运营商的合作步伐。据李钢介绍,今年全国“两会”期间,Polycom和中国移动合作,保证了凤凰卫视顺利实现4G直播。同时,Polycom还与中国联通持续开展战略合作,通过“沃云”平台,进一步推广视频云服务。

另据李钢介绍:“Polycom在视频的硬件和软件方面做了很多优化,在业内我们现在的带宽是通常其他厂商带宽的一半。另外,网络的质量也非常关键,Polycom在丢包处理措施当中有独特的技术,当丢包率达到70%或80%时,音频还可以很清晰地传递过去。”(佳宁)