



电子产品防水成为亮点

本报记者 聂翠蓉

洗澡时不慎入水的智能手机完好无损,耳机能防汗,扬声器在水中漂着也能用……在今年的IFA电子展上,这些防水性能优越的电子产品成为一大亮点。

产品防水成消费需求

现在的消费者对移动产品越来越依赖,他们的需求也越来越高,电子产品的防水性能也变得愈加重要。制造商们已经通过几年的研发,让这些移动产品特别是手机在遇到突降的大雨、吃饭时不小心溅出的汤汁,甚至掉进可恶的粪池中等各种情况时,性能依然保持得完好。

日本索尼公司在展会上带来了全新的手机产品Xperia XZ,除了设计时尚和拍照功能突出外,其防水性能也很一般。在演示中,即使手机屏幕上被洒落很多水滴,仍然不影响其卓越的功能。

三星公司也在展会上通过将Gear S3智能手表和Galaxy S7手机浸泡在水中,向消费者展示它们强大的防水功能。

苹果公司即将面世的iPhone 7,也因防水性能的提升引起广泛关注。

防水性能只是卖点

事实上,防水性产品的设计需要很多复杂的技术支持,因此让这类高端产品的成本大幅增加。业内人士表示,每个突出来的部分、屏幕以及所有的接口等部分都需要密封防水材料,从技术上来讲,虽然只增加防水性能,但制造起来复杂很多。

现在不光智能手机和智能手表关注防水性能,许多运动产品制造商也开始考虑其产品的防水性。比如全路跟拍机、耳机以及MP3播放器,这些在长时间游泳中也能使用的产品,需要特别好的防水性,甚至可以做到有亲水性。在此次IFA上,日本JVC公司不仅展示了防水防汗的耳机,还特别展示了一台能潜入5米深的水中拍摄的便携式摄像机,这台摄像机还能防尘,耐极端温度。

防水性能恐被夸大

但公司对产品的防水宣传已经误导了消费者,让他们将防泼水平的防水等同于可浸泡在水中。比如三星公司关于Galaxy S7的宣传广告内容是,一位明星在洗碗时将手机滑落到水池中也完好无损,这种宣传完全会误导消费者。

其实具有防水性的移动产品并不是一种水下装置。虽然它们的防水性越来越好,许多公司也不愿把这些性能夸大,害怕消费者误解。

有一些防水产品能经得起长时间浸泡,比如这次展会上有种无线扬声器,工作人员将它扔进一碗水中,它会很快浮出水面,一边在水面上轻轻漂浮,一边大声发出优美的音乐。

尽管如此,防水性产品通常必须具备一个性能参数:IP68,意思是能在1米来深的水中浸泡至少半小时,具有这种性能的电子产品足以经受雨水及其偶尔的泼溅或浸泡,但如果掉进水池中,大部分手机都会废掉。

2016年柏林国际消费电子展上的主角——

虚拟现实技术:在现实中不断“增强”

本报记者 聂翠蓉

在今年的德国柏林国际消费电子展(IFA)上,虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术可谓出尽风头。有人预言,就像90多年前第一届IFA上展出的收音机曾引领全新的传媒时代,虚拟现实和增强现实技术即将掀起新的潮流,未来将是这类电子产品的天下。

高盛公司今年初曾预测,虚拟现实和增强现实产品的市值将在2025年达到800亿美元,它们即将成为电子产品公司的下一棵“摇钱树”。受到全球追捧的“口袋妖怪GO”游戏软件就是一个成功例子,这一运用了虚拟现实技术的产品俘获了数百万老少粉丝的心,这说明虚拟现实完全可以不高高在上,它有能力颠覆我们的日常消费模式。

在家即可享受现场观感

想知道你喜欢的电视谈话类节目现场录制观感?想与你喜欢的足球运动员同处一室?没问题,虚拟现实和增强现实技术能让你通过3D电视在家就获得这种舒适体验。

三星、高通和宏碁等技术巨头们正在为消费者提供改变现实的体验技术,包括虚拟现实耳机、360度全角度摄像机以及虚拟现实眼镜等。比如弗劳恩霍夫·海茵里希·赫兹研究所展示的一款眼镜,戴上后会让你置身于谈话节目现场,当向左转头,你会看见为主持人摄像的工作人员;向右转头,会看见坐在你周围的观众,甚至远处拿着贴板的节目制作人;如果抬头,你会看见演播室的灯光。

利用自主研发的OmniCam-360摄像机,该研究所拍摄出可用3D模式回放的影像,观众带上虚

拟现实眼镜就能获得现场观看的体验,既感受到体育场内观众的热情,也能看到电视工作人员的一举一动,如同身在现场。

360度全角度拍摄风景可随时随地分享

德国最大的眼镜制造商蔡司(Zeiss)公司带来最新研制的虚拟现实耳机,吸引了许多观众好奇地观看并体验。蔡司公司高级产品经理弗朗茨·查盆哈根表示,2016年以来,虚拟现实市场开始真正繁荣,人们越来越体味到虚拟现实产品带给他们的甜头。

其中,一个关键因素是360度全角度相机越来越畅销,有了这样的相机,人们可以在旅游中拍摄3D照片,并随时与朋友们分享这些美丽风景,方便实用。

增强现实技术初登舞台

虚拟现实技术通过特殊眼镜等产品让观众体验现实世界没有的虚拟情景,而增强现实技术则将真实生活混入虚拟现实。如果说虚拟现实技术在2016年呈现了繁荣盛况,增强现实技术则刚刚登上发展的舞台,不过这个市场有着更加强劲的潜力。

增强现实技术现在主要用于游戏软件中,但有些技术很快就会用于电视显示领域。看过电影《阿凡达》的观众有这样的体验,当挥动双臂时,你几乎可以触摸到电影屏幕上的阿凡达,阿凡达就在你的面前。增强现实技术未来将进入你的起居室,给你完全不同的休闲体验。中国电视制造商

TCL的产品研发主任玛瑞克·马西耶夫斯基表示,未来5年到8年,这样的电视屏幕就会出现,这些屏幕挂在墙上时,你甚至分不清它是墙还是屏幕。

而且,虚拟现实技术的未来应用也离不开增强现实技术应用软件的开发,比如微软眼镜就是利用增强现实软件为观众提供虚拟现实体验,因此增强现实应用软件将给虚拟现实产业带来更多机会。

业内仍在思考VR的未来

德国业内分析人士伊安·福克表示,虚拟现实技术代表着当今技术潮流,但市场有多大、智能手

机在虚拟技术中扮演什么角色、虚拟技术会衍生何种概念以及什么样的消费者更青睐虚拟技术,这些才是业内人士真正在思考的问题。

谷歌公司几个月前宣布的“白日梦虚拟”(Daydream VR)平台针对这些疑问给出答案。该平台实际上是一个关于虚拟游戏和应用程序的移动平台,谷歌很可能在10月份公开它的设计,以及访问虚拟现实平台的运动控制器。谷歌已于8月扫清一个关键技术障碍:升级的安卓操作系统成功运行了“白日梦虚拟”平台。一旦该平台真的开发成功,它将刺激消费者购买耳机和移动控制器等与该平台相关的虚拟技术产品。



OmniCam-360摄像机拍摄的影像让观众带上虚拟现实眼镜就能获得现场观看的体验。

智能生活,让人无尽遐想

——IFA上各种智能家用产品抓人眼球

本报记者 聂翠蓉

今年的柏林国际消费电子展(IFA)上,各种高科技家用产品抓人眼球,从造型怪异的电视机到环绕立体音效系统,再到充满智能因素的厨房电器,人们对未来的居住和生活充满无尽遐想……

未来电视不再方方正正

一些技术巨头们正在不断创新,希望重塑未来的家电产业,在新一代智能家电中占有一席之地。

椭圆形,或者任何你想要的形状,电视机将不再是今天家中常见的方方正正的样子。造型各异的电视机在夏普公司的展台以“未来的电视显示器”之名向观众推介。

夏普公司的这些未来电视机造型归功于他们研发的全新IGZO技术,IGZO分别是铟、镓、锌和氧元素的第一个字母。该公司表示,IGZO技术能帮助他们设计制造无边框的电视机,因而能以不同形状呈现,这样的电视机不但具有突出的电视画面质量,而且耗电非常少。

方方正正的电视有什么不好呢?我们真的需

要椭圆形或其他怪异造型的电视吗?夏普公司给出了肯定的答复。他们认为,这类电视不仅外形美观,还能根据需要集成到你想要的任何地方,比如汽车里、厨房中甚至浴室镜内。夏普计划两年内将这这么酷的电视引入欧洲。

3D体验名目日新月异

随着各种游戏在年轻人中的普及,虚拟现实技术带来的3D体验将从电影院走进家庭。

宏碁公司在展会上公开了他们研制的新型虚拟现实头盔,完全会模糊电影和视频游戏的界限,其虚拟现实技术让佩戴者在观看电视剧时,将自己置身于一个更加动态的、浸入性的故事体验中。

韩国三星公司也抓住机会推广它们的Gear虚拟现实头盔,公司让参观者在展台上带上头盔,体验了一把置身俄罗斯山脉风景区畅游的美妙感觉。

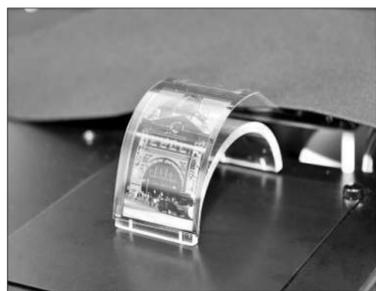
专家表示,虚拟现实产品能提供许多未开发的应用,比如旅游公司可以让顾客先在店里体验他们将要度假的旅游胜地风光;观众可以在家就舒适地享受到音乐会或足球赛的现场感,甚至新

闻也可以3D形式播放。3D体验的名目正在日新月异地变化。

智能家电让你爱上厨房

为了让智能手表更受欢迎,新一代智能手表的边角更加平滑,现在完全能设计成圆形了。三星这次带来的Gear S3和华硕展出的ZenWatch3就是这种圆形设计。三星移动产品的市场经理李劳姆·比勒蒙特说:“我们认为智能手表在未来两年市场总额会翻倍,但要使其真正受欢迎,除了智能性考虑外,更应让它融入手表的世界。”据估计,智能手表2017年的销售额将从2015年的3000万美元增加到6700万美元。

从能从遥控指令制作主人喜欢口味的咖啡机,到能选择最好程序完成操作的洗碗机,参展的西门子和博世这两大电子公司认为,未来厨房的每个角落将充满智能元素。在厨房做饭或许不再酷热难当,智能通风系统将彻底颠覆家庭厨师们的感觉;冰箱也会自拍,你可以通过冰箱内部拍照知道家里需要购置什么食材。所有一切,让你从此爱上厨房。



夏普公司的IGZO技术可用于设计制造无边框电视机。



华硕公司的ZenWatch3采用圆形设计。



三星手机的防水性能宣传。

(本版图片均来自网络)