

· 鉴赏室 ·

科技改变生活。社会的进步背后是一大批科技的创新,这在家电领域尤为明显。春季往往是家电企业推出新品的黄金时间,下面就来看看最近发布的几款新家电产品。

智能云电视



TCL多媒体日前力推“火球计划”,并正式推出全球首个高档电视品牌Viveza,并发布首款产品V101。据介绍,Viveza灵感来自西班牙语,意为“生活”,是由TCL最高级创新专家团队经年打造的高档产品,将为消费者带来高档、典雅、精致的生活。目前有46英寸和55英寸两个型号。

编辑点评:TCL火球新品全线采用的反R内弧、时尚棱线、钻石切面三大元素,代表了2013年全球最新流行趋势,同时4K、四核的搭载,Favor Channel、跳吧、爱心视线、摩奇游戏等创新功能的加入,让TCL的产品力得到跨越式提升。另外,TCL还带来了旗下用户一站式智能云服务平台——Tcloud,实现TCL电视、手机、冰箱、空调、洗衣机在云端的互联互通。

云空调



志高云空调iCongo汇集了空调领域前沿和尖端技术,具有“云控制”、“云诊断”、“云定制”、“云自动”、“云升级”等五大优势功能,是志高科技水平的集中体现。人性化的空调产品具备了感知天气的能力,能够根据所处气候,自动调整属性,如自动化去霜、自动化除湿等,从而更好地为用户服务。

编辑点评:云空调最大的价值是对制冷机器的人性化。在云计算中心的支持下,云空调不再仅仅是一台制冷的工具,它拥有了云数据中心分配的惟一网络地址和身份认证。人们可以从中获得空调的相关身份辨认,如技术指标、硬件支持、使用状态、能耗情况、服务对象的个人偏好等。

燃气灶



帅康QA-68-G01燃气灶外观上的简约掩饰不住技术上的强大。均衡加热,内、中、外四环火的设计让加热更均衡、燃烧更稳定。整体采用了拉丝不锈钢面板,该面板硬度高,耐磨、耐划,恒久弥新。此外,安全岛加强设计让熄火保护更安全可靠。

编辑点评:灶头的设计运用流体力学原理,独创双层立交引射管,形成双层立交引射系统,突破行业技术瓶颈,革命性解决中心火引射管燃气的阻挡,使燃气与空气的一次混合更充分、合理,使燃气动能强劲、流通顺畅、燃烧更充分。

北京商报记者 陈维/整理

国内企业抢中央空调高地

美的商用中央空调 获得技术鉴定

日前,国内空调企业美的推出超高效双级压缩降膜式离心机组,这样的离心机组实际上就是大型的商用中央空调。产品已经获得中国科学院、中国工程院、中国制冷工业协会等国家机构的技术认证。北京商报记者调查发现,目前市场上主流离心机组包括单级压缩的交流异步变频机组和双级压缩的磁悬浮机组,前者受制于机械损失大,整体效率提升有限;磁悬浮离心机则由于单机制冷量小,压缩机和机组成本高、价格贵,难以大范围推广。

美的超高效双级压缩离心机组的推出,解决了高效节能离心机组大范围运用的行业难题。该机组实现了节能、环保、功能、技术的全面领先。

据了解,此种中央空调的能耗比为7.11,超出国家一级标准17%。冷媒充注量也减少40%。美的

近年来中国空调企业风生水起,不过这些成绩仅限于家用空调领域,中央空调,尤其是大型商用空调市场却一直牢牢被美国企业把守。在民用空调利润大幅下滑的背景下,国内企业虎口拔牙,希望通过技术创新争夺大型中央空调的市场占有率。

中央空调事业部总裁田明力向北京商报记者介绍,近年来,国内企业加强了在中央空调市场上的研发投入,民用空调市场取得了突破。不过在大型中央空调市场,国内企业的市场份额并不多。美的做出的努力是希望打开商用中央空调的市场。

美资企业垄断 商用中央空调市场

近年来,国内企业在民用空调市场做出了很多项技术突破。然而一直没有发力中央空调市场。因为在商用中央空调方面,特别是离心式压缩机上,国内企业一直处于被动局面,竞争力非常薄弱。中央空调一直被美国中央空调四大家族开利、约克、特

灵、麦克维尔垄断,垄断份额高达95%。

中央空调的变频涡旋压缩机、螺杆压缩机、离心压缩机等关键部件很难在市场上购买到技术先进的产品,需要整机厂家自主研发。没有核心技术,国内企业自然无法涉足此领域。中国科学院院士周远表示:“美的高能效降膜式离心机组的推出,标志在美资品牌占据主流的离心机市场,国内企业话语权进一步增强,也预示着国内企业技术领先时代已经来临。”

二三线空调品牌 难以染指

对于美的选择这个节点发力,奥维咨询白电分析师韩昱指出,国内空调

企业发力大型中央空调市场和民用空调市场利润下滑有关系。

北京商报记者了解到,作为高毛利行业,在两年前民用空调的利润还能达到30%,不过近年来,由于空调企业不断发起价格战,导致目前的利润只有18%,然而中央空调利润高达40%,商用空调利润丰厚,这也是企业发力商用空调市场的原因。

记者了解到,目前国内能够生产大型商用中央空调的企业并不多。据了解,中央空调机组系统比较复杂,控制对象多。同时,大型建筑使用的商用空调产品往往要求和该建筑的其他设备一起集中调度和控制,对于产品的控制要求更高。对于资金实力、研发投入不足的二三线空调企业来说想进入此市场还有难度。韩昱认为,未来国内中央空调市场还会出现寡头态势,因为较之民用空调,大型商用中央空调对企业的研发提出了更高的要求。

北京商报记者 孙聪颖

彩电即将步入“超高清”时代

平台、多屏分享等诸多创新技术。

北京商报记者在家电卖场发现,作为飞利浦电视广为业界及消费者熟知的独有技术,流光溢彩在视觉效果上仿佛让电视画面“溢”出了屏幕之外,为消费者带来了顶级观影体验。同时飞利浦在流光溢彩的基础上进行了创新性延伸,推出流声溢彩和流光幻影两项功能,用户根据喜好可自由切换,享受影、音、光美妙结合所带来的愉悦体验。

对于电视来说,画质是最为核心的,只有具备出色的画质表现,才能真正吸引消费者的眼球。飞

利浦此次推出的4K超高清产品8830系列,其产品分辨率达到了3840×2160的物理分辨率,其显示设备的子像素总量达到了千万级以上,解决了大屏幕电视细节流失、无法真实还原影像的问题,将用户视觉体验提升到一个新的台阶。

伴随着3D功能成为电视的标配,飞利浦着眼于用户需求,推出具有优质视觉体验的裸眼3D技术,此项技术提供9个视角差画面,从而摆脱特制眼镜及观赏范围的束缚,更自由地体验震撼的临场3D效果。

智能控制方面,飞利

浦电视为其高端系列新品提供了全新的智能交互体验,为消费者带来前沿的智能化集成控制系统和服务,量身打造智能声控、手控识别、面部识别、神奇遥控等全方位智能化视听解决方案。

飞利浦相关负责人表示,依托欧洲飞利浦雄厚的技术实力以及强大的创新力,飞利浦电视汲取了这个源自欧洲的百年品牌一个世纪多以来在设计、技术及多品类协同发展方面的多元化优势,为全球消费者提供出色的产品和服务体验。

北京商报记者 金朝力

LG电子发布中国专供“观韵”电视

LG电子日前推出2013年LG中国专供型号“观韵”系列3D智能电视新品(LA6800)。据悉,LG电子“观韵”3D智能电视新品在外观设计上颇具匠心,将古典的东方美学和现代的简约风格融入到整体造型当中,摆脱电子产品一贯以来冰冷的技术感,拉近了智能化产品与中国消费者之间的情感距离。

北京商报记者发现,LG电子“观韵”电视新品作为一款3D智能电视,拥有LG电子打造的开放平台所带来的丰富App应用支持,以及强大的VOD点播功能,真正实现“真智能”。消费者通过全新优化的简洁主界面直接进入应用程序商店,即可随心下载丰富有趣的应用程序,包括专门为中国消费者开发



的App应用,在传统节假日为家庭增加欢乐的节日气氛。配合智能分享,更能轻松与其他多媒体

设备进行资源共享。

另外,“观韵”3D智能电视在外观造型上独具一格的同时,更拥有LG电子引以为豪的Cinema无边硬屏以及不闪式3D技术。使用IPS硬屏的LG智能电视,不仅为用户带来色域更广、色彩表现更精准、细节更丰富的优秀画质表现,同时还实现了节能环保。

北京商报记者 金朝力