

· 看台 ·

酷派发布年度旗舰机改变者S1

北京商报讯(记者 金朝力 石飞月)12月15日,酷派发布年度旗舰机改变者S1,售价2499元起。酷派改变者S1联手哈曼卡顿、高通、知名游戏平台等,从硬件配置到软件调试,进行全面的优化与提升。酷派宣布,公司将于2017年全力支持电竞游戏赛事的发展,承诺投入1000万元作为赛事奖金。改变者S1配备索尼IMX298传感器,搭载1600万像素后置摄像头,配合0.1秒极速PDAF相位对焦技术,可逆光拍摄、夜景拍摄以及运动拍摄,并支持4K视频录制。

华为联想成全国百强最佳雇主

北京商报讯(记者 金朝力)近日,智联招聘举办了2016中国年度最佳雇主颁奖典礼。其中,华为、联想、方正、海尔等企业获得全国百强最佳雇主榜单。据智联招聘发布的《2016中国年度最佳雇主》公众调查结果显示,总体来看,员工认为最佳雇主应具备的特征排在前列的分别是“尊重员工”、“实现对员工的承诺”、“享受规范的劳动合同及社会保险”、“个人能力提升”和“良好的收入前景”以及“晋升空间和机会”,得分依次为4.62、4.61、4.59、4.58和4.56。

富士施乐首推沟通营销服务

北京商报讯(记者 陈维)在推出新一代打印管理服务后,富士施乐日前又推出针对企业市场营销部门的文件管理外包服务——沟通营销服务,为客户设计和印刷采购、仓储、配送等综合成本带来显著下降。富士施乐(中国)有限公司全球服务部服务拓展经理段海宁介绍,沟通营销服务是对客户的沟通活动进行全面管理,“首先,根据客户的需求去制定一个整体的方案,之后帮助客户去执行这些方案,然后针对结果进行评估和跟踪,对这些数据进行分析,在这个过程中不断地进行优化,确保达成客户的目标”。

OLED初期角力高端彩电

——访美国OLED协会理事长Barry Young

北京商报讯(记者 金朝力)“OLED和LCD就像太阳和月亮。”美国OLED协会理事长Barry Young在接受北京商报记者采访时,用一个非常恰当的比喻,来阐述很多消费者困惑的OLED与LCD的本质区别。“太阳因为是自发光,所以无论你从哪个角度上看都是亮的,而月亮需要有光源辅助,并且特定的位置才能看到光。正因为OLED能够自己发光,所以不仅能展现真实的黑色,而且能适应各种折叠和弯曲”。

自今年初以来,OLED阵营进一步扩大,创维和京东方对中国OLED电视开发战略进行了发布,上游面板厂商正逐步增多,市场方面,OLED电视市场份额尤其是高端市场的比重今年持续攀升。OLED的应用正逐渐渗透到消费层面,不管是中小尺寸屏应用,还是大尺寸电视终端应用。近日,在“2016中国OLED显示产业峰会”上,Barry Young发表了题为《显示产业:过去即是序章》的演讲,讲述了他对未来显示技术的看法。

Barry Young表示:“要想预见未来,必须回顾过去。首先CRT是一种自发光的显示技术,是20世纪50-80年代电视市场的王者,后来尺寸灵活、能耗更低、亮度更好的LCD出现,CRT的地位受到了威胁。LCD的技术在不断改良,应用越来越广泛,但始终无法抗衡现在自发光的OLED技术。现在LCD为了达到OLED呈现出来的效果,进行了很多优化处理,但成本也同时增加了。”

业内人士表示,纵观显示市场,传统的LCD市场已呈现一片红海,颓势已显。OLED市场却在销量和应用上实现快速突破,无论是传统的显示设备厂商,还是未来具有无限潜力的可穿戴智能设备,对于OLED屏幕的需求较大,OLED市场也正逐渐形成完整的产业链。

对于OLED在电视行业的发展,Barry Young认为,电视的市场分为两部分,分别是40英寸以下的低端市场和50英寸以上的高端市场。低端市场价格非常敏感,OLED技术的推广,需要降低成本来保证竞争力。所以OLED重点关注的是高端市场,在这个市场中,应用OLED可以获得更多的利润,同时可以和LCD进行区别性、差异化的表现。

对于产品的稳定性和寿命问题,Barry Young则告诉北京商报记者:“稳定性根本不是问题,因为LG电视用OLED技术可以稳定使用10万小时,并且OLED技术已经广泛应用于智能手机,现在大概有上亿台智能手机都是OLED技术,所以根本不存在稳定性的问题。”对于业内盛传的第二代量子点技术也就是QLED电视,他认为根本不可行的,因为如果用QLED技术,发光只能持续500小时。

8848发布故宫贺岁版定制手机

北京商报讯(记者 金朝力)北京故宫文化传播有限公司日前联合8848钛金手机发布由劳伦斯·许设计的8848故宫贺岁版手机。据了解,这款贺岁版手机采用了故宫龙袍上的团龙、海水江崖图案设计,内置掌上故宫

App、每日故宫App。故宫博物院常务副院长王亚民希望这次合作能搭建起传统文化与“中国智造”的新媒介。

谈及此次合作的初衷,8848手机总裁周佳现表示:“希望通过与全球各大顶尖领域的合作,碰撞出更

加具有想象力的创新产品,并将杰出的设计与工艺融入到8848手机之中。与故宫的合作,我们希望让用户可以在指尖感触故宫深邃的文化底蕴与其背后所蕴含的工匠精神,向世界、向更多的人传播故宫文化。”

荣耀Magic引领行业进入智慧时代

在荣耀品牌三周年之时,荣耀正式推出面向未来之作——荣耀Magic手机。这是荣耀探索未来的第一款人工智能产品:革命性的软硬协同,全新荣耀Magic Live智慧系统,实现智慧双向的人机交互,如影随形的智慧服务及全新的信息呈现,荣耀Magic由此引领行业进入智慧时代。

人工智能探索未来

荣耀Magic售价为3699元,其在交互、服务和信息呈现等方面,以更智慧的方式刷新传统认知,堪称革命性突破,让手机体验完全不同。

据悉,荣耀Magic和传统智能手机的最大不同在于,其可称做是一个“智慧生命体”,利用人工智能技术结合强大的感知能力,能感知、会思考、会判断,其可以感知场景、人、行为,依托荣耀Magic Live系统的智慧引擎,可理解分析并主动服务,从另一角度讲,荣耀Magic可以看做是手机形态的人工智能机器人。

其次,人工智能为手机交互带来全新改变,荣耀Magic提供智慧双向人机交互,相较于传统智能手机的用户使用——手机被动响应,荣耀Magic是自动感知判断,在用户需要时,会主动为用户如影随行的服务,让用户省时省心,如同一个智慧助理在身边。同时,荣耀Magic的人工智能在每一次感知、分析理解之后,会对用户越来越了解,实现不间断地进化,用得越久越聪明,越贴合用户需求。

除创新的智慧体验之外,在硬件方面荣耀Magic也颠覆想象,2K AMOLED曲面屏、灵动八曲设计,双3D玻璃,一体化金属中框;创新复式SIM卡槽,前置三合一指纹键让整机更紧凑;其采用的



HUAWEI Magic Power快充技术方案,是华为2012年瓦特实验室最新研究成果,以特殊石墨分子为负极的锂离子电池、全新的8A充电回路以及智能安全充电协议,实现充电倍率的大幅提升,30分钟即可充90%的电量。

互联网手机迈向2.0

荣耀Magic的全面颠覆,背后是华为及荣耀的尖端科技实力支撑,这使其摆脱传统的手机硬件参数之争,带来荣耀的再次突破。

“荣耀V8使荣耀成功占位2500元以上市场,满足卓越年轻人的需求;荣耀Magic则满足了当下高精尖人群、极客的需求,他们有更高层次的生活需求,是当下有影响力的一族,引领潮流,荣耀也将借此

占位3500+市场价位,真正步入高端市场。值此,荣耀从百元机到3500+市场均有覆盖,满足几乎所有人的需求。”荣耀总裁赵明介绍。

荣耀Magic的意义不止在于市场的突破,更彰显着荣耀的尖端科技实力和着眼于未来的长远眼光。“尖端科技不止是生产力,更是竞争力。它意味着荣耀Magic将以高维竞争打破市场胶着,荣耀也将通过荣耀Magic构筑竞争围墙,这是时间、技术积累的成果,其他厂商限于技术的落差,短时间内无法逾越。”业内人士称。

荣耀Magic的推出,也标志着荣耀对互联网手机的运营战略得到夯实。赵明表示,荣耀对互联网手机的理解,和其他厂商认定的高性价比的概念不同。互联网手机2.0时代,对于荣耀来讲是一次突破的

机遇,而对于仅靠性价比争夺市场的厂商而言,则是洗牌潮,毫无疑问,在这个新机遇前,荣耀通过荣耀Magic、荣耀V8、荣耀8等产品,已经实现引领。

智能手机拐点到来

“拼硬件配置、拼屏幕、拼设计,拼软件,智能手机厂商在应对竞争时,刻意追求更高的数字、更有噱头的设计或参数,这已经失去手机制造的初衷,但诸多厂商又无力改变,可以说现在智能手机已经面临瓶颈。”有业内人士如此表示。

赵明指出,手机在提供便利的时候,不应成为人的负担。未来手机会以不留痕迹的方式融入人们的生活当中,成为人自身能力的延伸,而非以粗暴的方式打扰。对于人工智能的发展,智能手机+人工智能将让手机诞生新形态,这是荣耀认为未来智慧手机的发展方向,这也是行业发展的拐点。未来,随着机器本身的计算和处理能力、大数据分析、高速网络传输技术及存储的提升,或许在五年后,手机会进化至一个以前根本不可能想象、认知的形态。

荣耀Magic是智能手机向智慧手机迈进的一小步,这一小步却是在理念上质的改变,意味着荣耀已经提前迈入手机行业新纪元。赵明表示,荣耀欢迎和所有手机厂商一起探索未来。手机本身更有挑战的工艺、更好的握持感、更高的处理速度、更快的显示、手机与VR技术的结合、更长的续航将成为未来手机的基础支撑,而云计算、大数据,以及未来5G时代更快的传输,将让未来的手机更好地提供智慧生活。“荣耀Magic仅仅是一个开始,未来世界更精彩,更值得期待。”赵明指出。

金朝力/文