

· 看台 ·

OLED电视国内将迎来爆发期

北京商报讯(记者 金朝力)作为目前全球大尺寸OLED面板供应商,LG Display日前首次亮相上海AWE,并与七大OLED电视厂商一同,共同探讨OLED发展之路,并解读了未来电视的发展方向。伴随着海信的入局,中国OLED阵营队伍继续不断扩大。在今年的AWE上,索尼、创维、LG电子、海信、长虹、康佳、飞利浦等电视纷纷携OLED电视新品亮相。专家预测,2019年OLED市场或将迎来更高速增长。

LG Display 2018年在广州投建了8.5代OLED生产线,这也是LG Display在韩国本土以外的首条OLED生产线,将于今年7月投产。到今年年底,LG Display在韩国和中国的OLED电视面板年产能将达到13万张基板,这也将缓解OLED电视面板供不应求的状况。”LG Display TV全球事业部长吴彰浩称。

A.O.史密斯全品类产品集中亮相

北京商报讯(记者 金朝力)近日,A.O.史密斯携旗下挑战“零逃逸”的顶侧双吸油烟机、甲醛净化器、除甲醛新风机、单管零冷水燃气热水器/采暖炉、薄型电热水器、高温空气能热水器、自助换芯反渗透净水机等全品类创新产品亮相2019年中国家电及消费电子博览会(AWE 2019)。

今年也是A.O.史密斯成立145周年。进入中国二十多年来的A.O.史密斯,坚持以深度洞察中国消费者需求、不断创新研发解决行业难题为经营准则,已成功树立起行业领军地位,成为在中国市场表现稳定且份额持续上升的外资品牌。从单一热水器品类到横跨热水、净水、空净、采暖、美容软水、烟灶等全品类经营,A.O.史密斯以创新技术与优异品质打造了一家跨国企业的成功样板。

福维克携新品亮相AWE 2019

北京商报讯(记者 石飞月)日前,拥有130多年历史的德国品牌福维克参加了2019年中国家电及消费电子博览会(AWE 2019),向中国消费者展出可宝家居清洁系统、美善品食品料理机和知淳智能茶艺机等系列产品。

“随着中国消费者对生活品质的追求越来越高,清洁、健康、智能家居领域迎来了更好的发展机遇。作为高品质需求市场的主力军,福维克一直在通过创新技术与精益求精的产品品质,推动行业发展、不断满足消费者多元化的需求。”福维克中国区总经理查生表示,自1994年正式进入中国市场以来,福维克始终保持着稳定的增长,且目前从未受到经济大环境的任何影响,始终保持自己的步伐,成为在中国市场表现最稳定且保持份额持续上升的为数不多的外资品牌之一。

黑鲨游戏手机2正式发布

北京商报讯(记者 石飞月)日前,黑鲨正式发布游戏手机2。黑鲨自主研发的Magic Press技术,使黑鲨游戏手机2实现屏幕压感操作,在吃鸡类游戏中可以做到跑动、开镜、射击、压枪同时进行,使两指操作取代四指联动,操控性急剧提升。与苹果3D Touch不同的是,黑鲨游戏手机2实现了手机左右两块可调节面积的压感区域同时作业,且都支持独立映射,可将压感操作对应到游戏中的任何功能键,为用户操作体验带来极大的优化。新品采用高通骁龙最新顶级旗舰——骁龙855移动平台,支持12G超大内存,不仅在性能及图形渲染速度层面有了大幅提升,还解决了大型游戏占用运行空间大的问题,能够使任何手游都流畅运行。值得一提的是,黑鲨与世界著名移动设备视频游戏公司Gameloft成功牵手,未来将在其代表作《狂野飙车》上展开紧密配合,寻求更多突破。

8K电视大战即将上演

3月25日,市场研究机构IHS Markit最新发布的数据显示,预计2019年8K电视全球出货量将有机会达到30万台,最近电视厂商扎堆发布8K电视,今年势必会成为真正的8K起步元年。不过,尽管硬件有了长足的进步,内容缺乏、价格高昂依旧是阻碍8K电视普及的重要因素。

根据IHS Markit的数据,8K电视全球市场规模2018年为10万台,2019年全球出货量将有机会达到30万台,2020年预计会扩大到260万台。群智咨询数据显示,预计2019年全球8K面板渗透率为0.1%,8K市场处于起步阶段,到2020年8K面板渗透率将提升到1%,而到2022年8K面板的渗透率将进一步提升到3.6%,搭载着5G网络快车,8K将会迎来飞跃式的增长。

在刚刚过去的上海AWE 2019(中国家电及消费电子博览会)上,8K电视已经成为彩电厂商的宠儿,多款8K新品集中亮相。三星电子正式向中国市场推出QLED 8K电视,采用了特别开发的量子点8K处理器;夏普带来最新旷

视系列8K电视;康佳在AWE上正式展出其8K分辨率电视产品,包括旗舰V1系列,生态电视R2以及康佳自家的背光技术。

工信部、国家广播电视总局、中央广播电视总台本月初印发了《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》,其中也提到了当前国内超高清视频产业规划的方向及要求,按照“4K先行、兼顾8K”的总体技术路线。

需要注意的是,与4K电视发展初期一样,内容质量依然困扰8K普及的问题之一。相比2K和4K分辨率,8K产品的像素点达到7680×4320,约为3300万,是目前全高清产品的16倍。8K分辨率可以展现更逼真的场景,这就需要内容画质要更高。

家电分析师梁振鹏表示,8K内容目前少之又少,8K内容的生产,视频制作设备、存储设备、内容运营、网络传输设备等都需要进行升级,这对于制作单位来说不只是上亿的投入问题。此外,8K所涉及的领域不单单是个人消费级别的内容播放,其场景更包含在游戏、动漫、安防监控、医疗健康、智能交

通、工业制造等。

据了解,终端厂商对于8K本身内容匮乏的问题,将借助人工智能AI来解决。简单而言,就是将高清分辨率的内容画面,提升达到预期或接近8K画质的显示效果,利用AI算法来提升画质至8K,也是部分国产终端厂商“折中”的方式。

三星QLED 8K电视搭载的人工智能音效(AI Sound)能准确同步视频画面的音源,通过分析电视的空间摆放位置进行自动调节,减少因空间布局造成的声音损失或低音扭曲,带来更加立体的音效体验,并且针对电影、新闻等内容对于音效的不同需求,为不同画面提供实时逐帧优化,呈现出有针对性的声音效果优化。

此外,8K电视价格远高于现在普通电视的价格。以三星的新产品为例,三星QLED 8K电视98英寸售价为99999元、82英寸售价为69999元、75英寸售价为54999元、65英寸售价为35999元。因此,8K电视的普及还需要几年的时间。”梁振鹏说。

北京商报记者 石飞月

锐吉欲打造智能家居“第四屏”

北京商报讯(记者 金朝力)13年前我们就开始布局镜面显示市场,与其他厂商的产品不同,我们真正做到了产品落地,而不仅仅是概念。”锐吉科技CEO金飞在上海AWE期间对北京商报记者表示。

在本次AWE展台上,锐吉展出了智能魔镜、美妆魔镜系列精品及模块化魔镜、便携式mini魔镜及柔性屏时尚魔镜等新品。金飞表示,锐吉以魔镜为平台为家居生活

打造智慧“第四屏”,利用最新家居技术将AIOT新物种搬进了人们衣、食、住、行、消费等生活场景中,也让镜子成为了智慧美妆新零售的重要入口。

在AWE上,锐吉还发布了2019年的战略新品——模块化魔镜。资料显示,锐吉已与300多家渠道和企业达成合作。2017年营收3000万元,2018年营收过亿元,签约订单金额约3亿元,每年以300%

的速度实现增长,已基本实现盈亏平衡。2018年底,锐吉科技获数千万元A轮融资,由云启资本领投。本轮融资主要用于新产品技术研发,产线扩充和团队扩张。据金飞介绍,在商业模式上,锐吉目前主要做B端市场,包括智能家居、消费&新零售、酒店地产和健康医疗四大行业。未来,锐吉将试水C端市场,并进一步加码“镜面AR+AI”产品和技术的研发。

洗衣机市场加速去低端化

北京商报讯(记者 金朝力)2018年,冰洗市场全面承压。据奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示,2018年冰箱市场零售量规模为3272万台,同比下降3.1%,零售额达958亿元,同比增长2%;洗衣机市场零售量为3686万台,同比下降0.1%,零售额为745亿元,同比增长3.7%。

有关分析指出,目前,我国城镇家庭每百户家电保有量基本趋于饱和和状态,家电行业已趋于成熟状态,普及率较高。洗衣机市场新增需求乏力,传统的低端产品逐渐向中高端产品转化,更新换代成为市场的主要需求。与此同时,当前中国居民收入增速仍高于GDP增速,高品质消费需求呈现快速增长。

在刚刚结束的上海AWE上,

各大家电厂商都在加速向中高端布局。其中松下ALPHA阿尔法洗衣机借助产品力和顶级工业设计的融合,为消费者实现产品更新提供了重要选择。

松下联袂保时捷设计打造ALPHA阿尔法系列洗衣机,这款产品在设计上力求简约,以高档不锈钢材质、特制高级铝材、纯平浮法玻璃提升洗衣机外形质感与艺术感。在性能上,松下ALPHA阿尔法洗衣机应用了nanoeX纳米水离子技术、Ag+光动银双重除菌技术、双极除螨技术等先进科技。此外,App远程控制系统、洗涤剂智能投放系统、ECONA VI节能导航等智能科技的应用则满足了松下对于中国市场出现的智能化需求。

据了解,nanoeX纳米水离子技术释放出的纳米水离子,可渗透至纤维深处,有效除菌,除菌率高达99%以上,并且去除火锅料理、烟酒等异味,充分满足现代人对于健康生活的迫切需求。

家电产业观察家洪仕斌指出,从过去的生活必需品凭票供应,到网购“海淘”的流行,开始为兴趣爱好买单,折射出中国消费市场不断扩大,商品消费向中高档品质、服务消费升级。伴随二孩政策放开、家庭可支配财富的累积等更高层次需求逐渐产生,而家电企业需要不断深挖用户需求,适应和引领消费升级趋势,在产品开发、外观设计、产品包装、市场营销等方面不断创新。