

海信:LED独占鳌头 高端布局奠定优势

作为中国平板电视市场的领军品牌,凭借多年来在平板领域的技术积累优势,海信不仅率先完成了产业转型,而且成为推动中国彩电业从普通液晶电视向LED电视升级的主导力量,为中国品牌赢得了国际市场的认可。 晚报记者 樊无敌 文/图

技术优势转为市场胜势

为保障蓝擎LED三网视频通话的质量,海信蓝擎技术平台开发应用了网络媒体高速缓冲播放技术、N2M流畅运动高清技术等众多网络视频画质提升技术,可以全面保障视频聊天网络的传输质量。

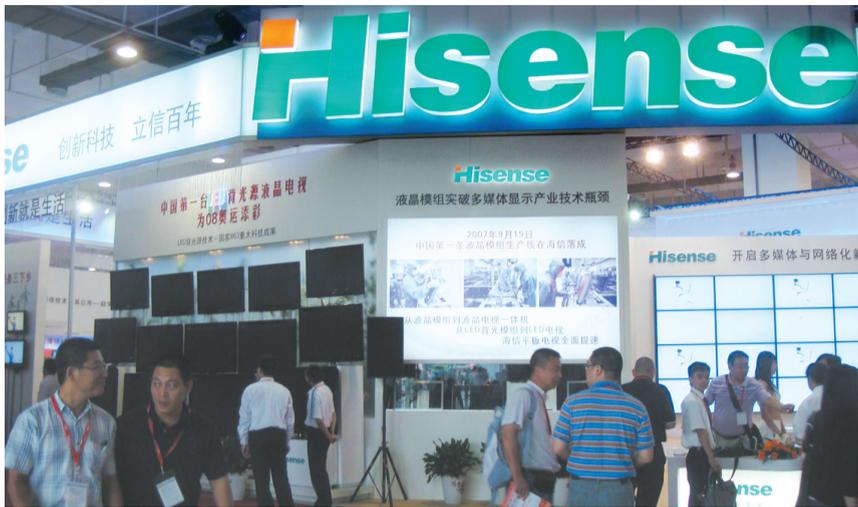
由于蓝擎LED采用基于Widget多任务操作系统,能够实现多个任务的同步运行,用户使用遥控器就可方便地开启网络视频聊天功能,通过遥控器按键就可实现网络拨号,而且不影响观看电视节目。

蓝擎LED液晶电视的三网视频聊天功能设计的另一个独到之处便是低廉的通话成本优势,主要体现在使用蓝擎LED拨打手机、座机等通信设备的成本一般在每分钟6分钱左右,远低于通信设备间的通话成本。

随着三网融合的不断推进,Internet互联网依托既有的设计技术已经实现了电脑与手机之间的通信,比如飞信等。海信蓝擎LED则实现了电视与电视、电视与电脑、电视与手机、固话等通信设备之间的三屏合一,这是以电视终端为核心的三网融合建设的里程碑式成果。

海信还充分考虑到消费者对平板电视外观的要求,首次将双色注塑工艺应用到新推出的蓝擎LED液晶电视上,颠覆了传统的喷涂手法,打破了单一颜色的束缚,赋予了电视外观晶莹剔透和颜色渐变过渡的效果。

蓝擎LED系列新产品的批量上市将为海信参与全球高端平板市场竞争赢得市场先机,必将推动中国LED电视市场的快速增长。



全球布局 突出高端

根据DisplaySearch的预测,2010年,全球LED液晶电视销量将达到3200万台,占全部液晶电视比重约19%,2011年采用LED背光大尺寸面板出货比率将达到56%,传统背光面板的出货量将下滑至44%,到2015年,LED面板出货渗透率将达到78%。未来3年将迎来LED液晶电视市场的全面井喷。

从2007年开始,海信就牵头承担起作为国家863计划重点项目之一的LED液晶模组技术突围的任务。2008年海信正式建成投产中国第一条LED液晶模组生产线,并在国内第一家推出42英寸LED液晶电视,领先国内同行一年多的时间。2009年海信率先推出了19英寸到55英寸全系列LED液晶电视,完成了以LED为核心的城市平板化的布局。2009年12月,国际电工委员会确定了由来自中国海信的刘卫东博士牵头起草LED液晶背光分规范国际标准,海信成为首家赢得平板技术国际权威地位的中国品牌。

从技术先行、产品领先到产业布局,海信以LED专家的形象领跑国内LED市场,并率先开始了在国际LED市场的重点布局,从而大幅提升了海信在LED领域的综合竞争力。今年3月中旬,海信召开了面向非洲和中东市场的2010年战略合作暨高端LED电视新品发布会,来自埃及的近450位经销商和非洲其他国家及中东地区的50位海信代理商参加了此次盛会。海信推出的集超薄、节能环保、色彩绚丽于一身的19英寸到55英寸LED新产品备受与会经销商的青睐,海信重点推广的3D-LED液晶电视成为埃及市场第一家上市的3D电视产品。

3D-LED获市场先机

据了解,海信在做大做强LED背光技术与产品线的同时,也早已将3D显示作为重要的技术研发方向。在LED背光技术和3D立体显示领域的技术积淀为海信赢得了在3D新兴市场中的主动权。

海信电器研发副总工程师曹怀刚表示,3D电视概念进入国内公众视野受益于3D大片《阿

凡达》的热映,但3D显示并非一项新技术,海信电器2001年开始涉足3D显示技术领域的研发和技术积累,海信的3D方案应用更加注重电视的整机融合性,目前已具备成熟的硬件环境迎接3D时代的到来。

10年的研发积淀,让海信在3D立体显示技术方面不断走向成熟和完善。日前,海信已推出了55英寸和47英寸具有3D显示功能的蓝擎LED液晶电视。该系列产品在偏光式3D电视基础上大幅改进设计方案,采用真+240Hz帧频处理的LED液晶电视,既可以保证2D信号的高质量播放,又可以解决3D信号播放时左右眼成像之间的相互干扰问题。

据介绍,该系列产品主要有以下几点领先优势:一是画质提升技术,完美呈现3D立体画境。3D电视的立体画质首先取决于电视终端本身的显示质量,因此海信的3D电视研发,选择在蓝擎LED高品质显示的基础上进行延伸开发。海信开发应用了3D影像芯片处理+真+240HzLED+主动式时分眼镜的显示方案,确保3D立体画质在电视终端的完美展现。

二是多通道解码设计,实现3D内容多通道显示。判断3D电视性能不仅要看画质表现,另外一个重要指标就是3D内容通道的兼容解码能力。蓝擎LED-3D电视配合DDR3的高速运行性能为芯片解码提供了良好的硬件环境,为3D显示搭建了强大的通道解码能力,目前已经实现对3D电视广播通道、3D蓝光播放通道、USB流媒体通道、个人3D拍摄等多内容通道的兼容解码。

三是内置了3D处理发射器,产品更稳定、更便捷。海信蓝擎LED-3D电视内置同步CPU,利用软件控制,解决了同步发射器的干扰问题,真正做到2D电视和3D电视的兼容和一体化设计,使得3D信号播放更加稳定。整机的3D处理和发射器全部内置,再配合专门设计的快门式眼镜,方便用户观看3D片源。

记者了解到,该系列产品发布后,海信还将逐步量产42英寸以上LED背光的3D电视,推动3D电视的全面普及。

80后小白领的快乐厨房生活

现在,越来越多的80后白领到了适婚的年龄,开始步入婚姻殿堂,自然也关心起新家的装修布置。25岁的Marilyn是某跨国公司白领,刚刚结婚的她,正在为厨房的装修四处张罗。 晚报记者 樊无敌 李红卫



虽然夫妻俩每日为快节奏的工作奔波忙碌,却仍然非常重视厨房这块小天地。对于厨房格局,也更偏向于选择开放式的厨房。他们所追求的厨房显然代表了大多数80后白领的选择——时尚现代的开放式厨房,不仅能高效利用有限的居住面积,更重要的原因在于:这是他们崇尚的一种生活方式,一种将居家、做饭变成乐趣的生活方式。

但是开放式厨房装修得虽然漂亮,一旦使用起来问题接踵而来:油烟吸不干净,四处飘散甚至影响居室,残留的油渍形成卫生死角,清洁起来更是麻烦。所以,80后的开放式厨房,选好烟机是关键。市面上的一款全新的JX07/08侧吸式吸油烟机,正是为他们量身定制的一款产品。

这款来自嵌入式厨房专家方太的最新力作,体型格外小巧,尤其贴合80后小白领的新居小厨房使用。别小看了它的外表,在吸力上,它也丝毫不逊色。小身材也有大本领,它的创新V型导烟板,拥有独特的“导烟吸附技术”,在开启烟机后能立刻实现三维立体进风,当腾起的油烟被拉拢靠近吸油烟机时,油烟会乖乖地被吸附在V型导烟板上,并随着

导烟板表面顺势有序上升,一丝不漏的被引导着快速吸净。一个没有油烟打扰的厨房环境,一定能够满足80后小白领们的品质需求。

眼下,许多80后白领热衷于在圈子里晒幸福。全球经济危机出现后,原本事事都要讲“情调”、讲“品位”的80后白领一族也加入了“自备午餐”行列。渐渐,带饭也演变成晒幸福的全新窗口。想看80后小夫妻的恩爱指数,看看他们的“自备午餐”就知道了。这个时候,更需要有一台便捷好用的吸油烟机来助你一臂之力。方太JX07/08侧吸式吸油烟机完全可以胜任,为厨房的幸福再添添一笔:它的整机易洁设计,整套油烟机表面完全无螺钉,外表美观的同时也让清洁也省力不少。从此,繁忙的80后白领们,再也不用为厨房清洁烦恼了。取而代之的,是时不时小露一手厨艺讨好另一半的好心情,又或者一月一次邀请朋友来小窝做客聚餐的欢乐时光。

料理台上的一株薰衣草,白色窗边的一捧金鱼缸……让精心布置的厨房不再油烟四起,烹饪之余也能享受舒适惬意的品质生活,给烦躁的心灵减压。80后小白领的厨房生活,可以很轻松,很快活。

■朱言辣语

事件:手机品牌忠诚度不高

4月14日,中消协公布“2009年全国手机消费者满意度测评”结果显示,全国手机行业消费者满意度为72.2,处中等水平,手机电池待机时间短让消费者最不满意。

点评:多数品牌消费者忠诚度不高,手机行业消费者忠诚指数仅为61.3;消费者对手机售后服务打分最低,对手机电池最为不满,对此,手机行业应满足消费者的“三个要求”:即手机售后服务要尽责要完善,手机消费信息要真实要透明,手机标准化要加快要方便。

事件:DVD市场四年萎缩近七成

近日,据中怡康数字显示,2009年中国DVD的销售总额,不到2006年总量的40%,萎缩明显。

点评:DVD会不会成为下一个“黑胶唱片机”,变为小众收藏品,值得关注。因为在DVD生产和销售上,国内企业大部分不具备核心技术,在先几年的蓝光与HD DVD之争中,国内厂商也只能继续购买别人的技术。在市场价格竞争白热化的情况下,生产成本无法下降,也是DVD市场日渐式微的原因。但DVD不会完全消失,只是推广面向的群体肯定有所不同。例如偏远地区和低收入群体对DVD的需求。

事件:三星等洗衣机能效标不合格

近日,中国标准化研究院能效标识管理中心公布了能效标识市场专项检查结果显示,苏州三星电子有限公司、合肥荣事达三洋电器股份有限公司及山东菱威电器有限公司洗衣机不符合能效标识制度,被判不合格。

点评:尽管中国标准化研究院能效标识管理中心对不合格企业,并提出限期整改的要求。但家电生产企业应在增强企业质量责任意识,加强内部生产流程和外部供应链的质量控制和管理,完善质量管理体系等方面采取强化对策,加大高效节能型和环境友好型产品的开发和推广力度,积极配合国家能效

标识制度的实施工作。

事件:七成热水器安装不当

近日,中国家用电器协会公布的调研结果显示,目前我国有七成以上消费者是卫生间装修完成后再购买热水器。这样的消费习惯,造成热水器安装后呈现管路凌乱等问题。

点评:问题根源是住房建造、装修设计就没有考虑热水的供应,而消费者在后期的选购也缺乏专业的知识和经验。当下热水器产品的售前服务重要性凸显,其安装主要存在“热水器安装位置不当和产品选择不合理”两大问题。因此建议消费者,先买热水器后装修。

事件:美菱电器同比增17倍

22日,美菱电器公布了其2010年第一季度财报,报告期内,美菱电器实现营业收入19.53亿元,归属上市公司净利润1.1亿元,净利润增长幅度同比大增1763.95%。

点评:美菱电器一季度竞买中山长虹10%股权,同时还受让了合肥美菱集团100%的国有产权,彻底解决了美菱品牌的完整性和后续品牌维护的统一性、有效性问题,维护了品牌完整性。而营业收入较去年同期增长的原因主要是受国家相关政策的推动以及市场需求增加,同时公司管理能力的提升,促进了产品销量的提升。

事件:3D电视短期难获青睐

4月份松下、三星等外资品牌率先在推出3D电视,TCL、长虹、创维、康佳等国内彩电制造商也纷纷推出了自己的产品,但真正的购买者寥寥。

点评:显然,大多数厂商都押宝在3D电视身上。但不可否认的是,现在的3D电视,无论是技术、市场、产品、价格等,都存在很多不确定因素,要想不重蹈那些历史上失败产品的覆辙,3D电视厂家就必须尽快解决这些问题,让3D电视步入良性发展的轨道。