

■ 新闻背景

目前电视领域已经打响了一场有关未来新技术的全面战争,而这场战争的双方则分别是 GLED 和 LED 技术。

8月20日,创维宣布,采用4色4K技术,配备首款具备中国自主知识产权的智能电视处理器,并搭载酷开系统,新一代 GLED8200 系列 4K 超高清电视正式上市,GLED 电视是目前最顶级的 4K 画质解决方案。不仅在画质上超越 LED 产品,而且真正解决了消费者观看电视时间长眼睛疲劳等问题。

中国电子商会副秘书长陆刃波指出,目前中国电视市场上最多是 LED 产品,而 GLED 电视是在 LED 电视成像原理的基础上实现电视画面的全面颠覆性改良,配备以往只有 OLED 电视才具备的 4 色 4K 这一核心技术,未来将成为 LED 电视终结者。



总第 256 期
主持人:朱江华

画质技术创新 GLED 成 LED 电视终结者?

技术升级,电视再现画质比拼

主持人:尽管目前 4K 智能电视正在颠覆电视的定义,但画质始终是电视产品的核心。当 GLED 技术给用户带来更高的视觉享受的同时,这是否意味着 GLED 技术将成为各大电视厂商追逐的焦点,并将获得普及?

刘棠枝:首批上市的 GLED 产品 G8200 系列,采用 WRGB(白、红、绿、蓝)4 色像素的全新 4K 屏体,屏幕分辨率可达 3840×2160,是普通全高清

电视的 4 倍,使画面亮度、对比度大大增强。同时,再配合 4K 增亮膜技术,使得 G8200 系列画质表现更加真实自然,人眼观看健康舒适,是目前最顶级的 4K 画质解决方案。

张大海:目前 4K 智能电视以其精美的画质、震撼的影音效果和丰富的功能彻底征服了众多消费者。随着超高清电视的发展,电视行业势必将面临一场针对超高清的市场争夺战。和以往的每次技

术竞争一样,能够在超高清电视的竞争中获得胜利者,关键还是技术实力。

陆刃波: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。由此,为了全面提升电视画质,众多彩电厂商都开始加大研发力度,并推出了具备超高分辨率的 4K 电视。而 GLED 电视的诞生,也再次将人们拉回至电视画质上。

超高清晰度,让电视回归客厅

主持人:据中国电子商会消费电子产品调查办公室数据显示:52%的消费者对于超清晰度有要求,远高于对电视具有 3D 和智能功能的要求。这是否说明,未来电视的发展方向一定是画质的回归?

刘棠枝:G8200 系列产品是创维与海思共同获得国家高科项目,并首次实现国产高端芯片应用于民用彩电设备

并商业量产的成果,顶级的硬件配置,独有的操作系统,丰富的内容应用,完美的工艺设计,亲民的价格,让很多家庭都有条件享受完美音画带来的高品质生活。

张大海:目前 4K 超高清电视在众多彩电厂商的力推之下,产品的性能都已达到了较高水准。同时日益平民化的价格,也将全面加速 4K 超

高清电视的加速普及,是用户回归客厅的核心。

陆刃波:随着物联网技术的快速发展,智能电视不仅是维系家庭成员之间情感交流的纽带,同时会在家庭设备互联方面占据核心领导地位。因此,智能电视回归客厅不仅需要内容的丰富、体验的创新,更需要跨界技术的融合。



关注“郑州晚报家电”
获得权威家电信息

■ 朱言辣语

事件:

东芝砍掉一半电视销售公司

日前,有外媒报道称,东芝将全球 24 家电视销售公司进行消减撤并,只保留下 12 家销售公司。

点评:目前东芝一直处于亏损的状态中。尽管未来东芝电视会着眼于 4K 超高清电视产品,不过东芝电视能否再续当年的辉煌,目前来看一切也还都是未知数。

事件:

充电宝抽检 100% 不合格

近日,国家质检总局在官网上发布“充电宝”最新质量警示,32 个批次采集样品 100% 有质量安全风险。

点评:充电宝市场弄虚作假、鱼龙混杂的主要原因是移动电源国家行业标准的缺失。由于没有硬性的行业标准,市场准入门槛低,充电宝市场的混乱状态一直持续。

事件:

TCL 已参股地方银行

日前,TCL 集团董事长李东生透露,TCL 已成立金融服务公司以及小额贷款公司,并参股地方银行,以建立自己的金融业务板块。

点评:TCL 参股地方银行不会从事存贷款业务,而是建立一种在线支付系统。未来是否进军银行业,成立民营银行,只有李东生知晓。

事件:海尔 25 亿元或收购美国通用家电业务

日前,有媒体传言,海尔集团欲以 25 亿美元(约合人民币 154.79 亿元)收购美国通用电气公司(General Electric)欲出售旗下家电业务。

点评:如果交易成功,海尔将借助通用电气极高的知名度和高端的品牌形象在美国地区迅速扩张,并有望打败当地最大的家电品牌惠而浦,成为美国最大的白色家电品牌。

■ 每周声音

零增长或将成彩电业常态

彩电行业从今年开始已经进入成熟时期,没有增长和负增长可能是未来彩电市场的常态。

——创维副总裁刘棠枝

投影机进入家庭的机会很大,目前平板电视的尺寸已经进入大屏时代,但平板电视到了 70 以上,不但价格昂贵,而且搬运到家庭也非常困难,在这样的情况下,家用投影机可能有很大的机会。

——中国电子视像行业协会副会长白为民

彩电企业生存环境艰难

市场产量趋于饱和、房地产市场不景气、新房消化率逐渐走低、低成本的电商渠道以及电视智能化带来的营收模式改变等因素使得彩电行业的生存环境愈发艰难。

——中投顾问家电行业研究员赵慧智

创维彩电事业部总裁

刘棠枝



张大海

家电中国网总编



陆刃波

中国电子商会副秘书长



■ 品牌来电

统帅电器 开创家电定制里程碑

互联网时代第一家电定制品牌统帅电器即将在金秋 9 月迎来盛大的 3 周年庆典。在短短的 3 年时间里,统帅已经发展为一个家喻户晓的互联网家电品牌,在同行业销量一直遥遥领先。解码统帅电器的成功,或许能为家电行业的发展开启新的思路。

郑州晚报记者 朱江华

满足用户个性化需求 缔造互联网销售传奇

上市 3 年以来,统帅电器秉承“你设计,我制造;你需要,我送到”的品牌理念和“只为需要的功能买单,为不需要的功能买单”的价值主张,满足用户个性化需求。抓住机遇的统帅也“水涨船高”,成长速度和取得的佳绩令人惊叹。

其 2011 年销量约 34 万台,2012 年,国内家电行业整体低迷,统帅却逆势增长,实现销售额 50 亿元,增幅达 200%,用户高达 1500 多万。而 2013 年上半年销量已突破 30 万台,同比增幅约 50%,年度销售额更是突破百亿。

据调查数据显示,在涉及定制的家企业家中,统帅被提及次数最多,以 48.7% 的熟悉程度位列各厂商知名度排名第一位,把多位家电巨头远远抛在身后,多达 2/3 的受访者听说过统帅电器的定制家电产品。

荣膺最受用户欢迎定制家电品牌奖,获用户和行业认可

在取得市场佳绩获得消费者喜爱的同时,统帅也获得了行业及专家的认可,荣膺诸多奖项。

2012 年 10 月,统帅获得由

中国广告协会颁发的“中国广告长城互动创意奖”和蝉联“2012 年度最佳创新营销案例”大奖并成功入选《2012 创新一百营销案例手册》;2013 年空调产业年会荣获“最受电商青睐奖”、“节能突破贡献奖”和“市场进步最快奖”3 项大奖;同年,统帅电器荣获“易观数字营销最佳案例钻石大奖”;2014 年 6 月 27 日,在互联网 20 周年高峰论坛上,统帅荣获“中国互联网 20 周年最受用户欢迎定制家电品牌”,这一极具含金量的奖项充分证明“互联网时代第一家电定制品牌”的称号实至名归。

目前设计创新与苛刻的检测标准已经成为统帅的“标签”,而带来的卓越产品品质正是统帅冰箱成为消费者心目中首选品牌和获得行业认可的关键。

积极开拓谋求差异化 创新思维推动品牌发展

业内人士认为,统帅品牌在众多的家电厂商中率先把握了互联网时代下家电用户的新需求,占领了市场的先机,依托海尔集团的四大——虚网、营销网、物流网、服务网——在获取消费者需求、产品研发、产品生产、配送和安装方面都具有明显优势。这种家电定制化模式的成功,为众多家电行业品牌乃至数字营销领域提供了宝贵的借鉴。

在互联网的连接下,消费者和家电厂商实现了“面对面”,而统帅以用户需求为中心的创新是推动企业和行业不断升级发展的核心动力。统帅开创的家电销售模式,由最了解自身需求的消费者担纲空调的设计师的活动,不仅能够充分满足消费者诉求,更是家电行业的一次里程碑式的重大变革,开启了家电定制的新思路。