

全新交互体验

全球首款AR电视创维S9D惊艳亮相

8月29日,创维在北京举行新品发布会,宣布推出全球第一款AR智能电视——创维OLED有机电视S9D。这是全球范围内首次将AR科技作为一种全新的交互模式引入智能电视,刚一发布就引发了业界强烈反响。

随着Pokemon go这款AR游戏的火爆,以及里约奥运会上AR技术的运用,最近这段时间AR可以说是非常火热,创维这款酝酿多时的AR电视在这时候推出可以说是恰逢其时。

创维AR电视,让电视交互步入新时代

事实上,创维AR电视这一项目已经酝酿许久。从开始研发到正式推出,历经471天,经过27次失败,研发人员终于突破了电视AR技术的瓶颈,解决了AR识别算法、AR运动追踪、3D渲染技术等各项问题。8月29日,全球第一台AR电视创维S9D自此诞生!这是全球首次将AR技术与电视完美融合,能实时交互、大屏显示,实现超越现实感官体验的电视。创维率先将电视大屏与AR技术融合,通过将真实世界信息和虚拟世界信息“无缝”集成的新技术,大幅提升了电视屏幕的显示效果。在中国彩电行业乃至世界彩电业都是一次重大的技术突破,具有里程碑式的意义。

创维S9D是首款引入AR

技术的智能电视,其主要目的是丰富家庭大屏娱乐的交互方式,升级感官体验。目前创维AR电视的体验已初具雏形,拥有儿童教育、AR体感游戏、运动健身以及购物试衣等各方面的应用,内容十分丰富。

在通过AR这种新奇的方式与电视进行互动的时候,我们可以全家一起参与,一起分享欢乐;电视的大屏则带来与手机完全不一样的沉浸感,让你身临其境;电视屏幕里的场景与现实贴合,则带来了更强的融入感、互动感。搭载AR技术的电视,实现超越现实的感官体验,丰富了家庭大屏娱乐的交互方式,引导人们重新聚拢到电视大屏的健康的家庭生活方式,让电视交互步入新时代。



AR之外,它还是顶级旗舰电视

创维S9D采用玫瑰金配色,别致典雅又不失奢华,下方采用的前置JBL音响,在黑色金属网罩的装饰下多了几分大气,配以最新的Dolby Atmos音效技术,更是让观众感受提升一个档次。硬件配置上也绝不含糊,处理器数量高达30,可谓是目前智能电视之最。加上创维自主研发的酷开系统5.5,运行上丝毫不逊于市面上任何一款智能电视。影视平台整合了腾讯影视内容,并且还赠送了两年付费VIP特权服务。

作为最新的OLED电视产品,S9D采用了最新一代的OLED屏体,屏体厚度仅为4.7mm,依旧结合了Dolby Vision显示技术,在与OLED自发光体的配合下画质表现

相得益彰。OLED的自发光特性使它具有两大优点,一是画质好,能够表现最真实的色彩;二是更健康,光谱中不含对人体有害的蓝光,这对于观众来说是非常有益的。

创维S9D,这款电视首次将AR技术与电视大屏完美融合,能够实现实时的虚拟世界与现实世界的交互体验,引导人们重新聚拢到电视大屏的健康的家庭生活方式。AR技术作为一种全新的交互方式应用到电视,能够让人们跳出遥控器的束缚,得到更多交流的乐趣。相信在未来,AR交互将作为高端智能电视的标配,逐步在市场上普及开来,让消费者享受到最新科技的魅力。



链接

AR:沟通现实与虚拟

AR (Augmented Reality)即增强现实技术,是一种实时地计算摄影机影像的位置及角度并增加相应图像、视频、3D模型的技术,这种技术的目标是在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动。近期非常火爆的游戏精灵宝可梦(Pokemon GO),就是AR技术的应用。1961年,AR被发明出来,飞行员可用于进行模拟飞行训练,从此新飞行员因训练有素,大大降低了死亡率。随着科技不断发展,到里约奥运会闭幕式时,这项技术已震撼全世界。

AR已被国内外各大科技公司高度关注。2015年,Piper Jaffray(美国投资银行)的投资分析报告指出:虚拟现实和增强现实是下一个大技术;而另一家研究机构透露,未来5年内,“增强现实”技术的市场规模将达到1200亿美元。

2016上半年家电市场分析:外销业务亮眼 白电三巨头逆势增长

家电智能化突出,巨头齐谋转型

自2014年以来,我国家电市场开始进入调整期,可以明显看出家电行业增长减缓。然而,记者梳理国内主要上市家电企业2016上半年业绩报告发现,在2016年上半年国内白电市场整体延续下行走势的情况下,白电三巨头美的、格力、海尔却实现了净利同比大增。

中怡康数据显示,2016年上半年冰箱、洗衣机、空调行业零售量分别同比下滑9.29%、3.42%、6.74%。但美的、格力、海尔归属母公司净利润分别同比增长14.08%、11.92%、21.21%,在家电行业整体低迷的态势下,成为一抹亮色。

成本下降,节省数亿元成本

今年,空调行业面对着高库存的压力,厂商出货下滑明显。然而,在此背景下,三巨头空调毛利率却都有所提升。数据显示,美的集团空调业务毛利率却提升了2.82%。格力则增加9.06%,海尔利率也有所增长。

究其原因,这很大程度上得益于上半年的空调涨价。

根据中怡康统计,家用空调行业上半年均价同比提升0.9%。其中,据青岛海尔年报中披露的数据显示,受益于产品结构优化,海尔空调均价提升2.9%,且智能空调市场份额达到60%。

同时,成本的下降也对三巨头上半年盈利锦上添花。

据了解,白电的材料成本和人工成本占主营业务成本超过80%。供给侧改革大背景下,钢铁行业持续去库存,上半年钢材还在下行周期,反映到白电行业就是营业成本的下降。

2016年上半年,美的空调的营业成本下降了23%,推动毛利率上涨,整个美的集团营业成本下降8%,节省了5亿元。格力营业成本下降了12%,省了44亿元,海尔成本涨了2亿元,应该是并购GE带来的人力成本上涨。

智能化突出,三巨头转型

加快向智能产品和智能制造的转型升级步伐,是三大白电巨头的共识。

2015年,美的率先提出“双智战略”,即智能制造+智慧家



今年以来,三大白电企业加快转型步伐。海尔和美的都曾斥巨资发起国际并购。

居。在美的空调2017年度智慧空气生态战略发布会上,美的宣布从2017销年开始,美的空调全线升级智能产品,逐步淘汰非智能产品,并从2017年600万套至2019年突破1200万套的智能空调销售目标。而在智能制造方面,美的进一步推动全价值链精益化管理,T+3客户订单制新型产销模式得到全面推进。

今年3月,海尔发布U+智慧生活2.0战略,率先推出智能家居的人工智能解决方案,向“硬件+软件+服务”的模式转

型。海尔推出的馨厨互联网冰箱,在行业内首次尝试硬件免费模式。海尔整合全球资源打造的智能制造云平台Cosmo,让其互联工厂的软硬实力得到提升。

与此同时,格力也在加速拥抱互联网。上半年,格力分别与天猫、京东联合推出了定制版智能空调产品。此外,格力在上半年还开始了智能装备的全面规划布局,根据产业分布现状,选择珠海、武汉、杭州、成都四地作为格力智能装备的主要研发或生产基地。



延伸阅读

外销业务亮眼 海外并购不断

就地区而言,上半年三巨头的海外业务表现都十分亮眼。

在海外市场,白电三巨头扩张迅速,海外营业收入同期增长均超14%,最高的海尔增长31.33%。此外,美的集团海外收入为313.3亿元,占比最高达到40%。

格力电器方面外销增长24.354%至107.24亿元,主要源于海外空调业务。调查显示,2015年中国家用空调品牌总向全世界出货接近7.4亿台,而格力电器出货量超过1.7亿台,以23.1%的占有率位列第一。

今年以来,三大白电企业加快转型步伐。海尔和美的斥巨资发起国际并购,海尔收购GE,美的收购东芝,标志着中国家电产业的国际角色已发生根本变化,开始积极参与全球产业链资源整合。而在此之前,中国品牌就已经积极在海外寻求收购机会,如海尔收购三洋及文雪派克,海信收购夏普彩电业务等。

■记者 和婷婷