

索尼发布智能家庭娱乐解决方案

■ 本报记者 文剑

电视作为家庭娱乐中心的地位正在得到强势回归。但如何满足当前消费者对于电视的“高品质的视觉与听觉享受、出色的工业设计以及与智能手机、平板电脑等其他个人设备的智能连接与互动”基本需求?

于2013年3月6日召开的索尼BRAVIA“Feel the Beauty 感 临场之美”春季新品发布会上,索尼正式推出“一触镜像”、“TV SideView”等智能连接技术,实现智能电视与智能手机、平板电脑的智能连接,首次向外界披露索尼电视的“智能家庭娱乐解决方案”,成功解决了消费者最关心的智能化时代下家庭娱乐生活新体验。

与此同时,2012年在中国发布首款84英寸4K电视机KD-84X9000后,此次索尼再度推出由65英寸、55英寸X9000A系列4K液晶电视领衔,共计9个系列的2013年春季产品阵容。通过搭载高画质的索尼4K X-Reality PRO(4K迅锐图像处理引擎PRO)及创新“TRILUMINOS Display”宽色域显示技术(特丽魅彩显示技术),结合先进4K技术带来的超精细画面细节和丰富色彩,创造索尼有史以来最真实的画质,为消费者带来最好的观看体验。

索尼(中国)有限公司总裁栗田伸树指出,4K已成为消费电子行业发展的新坐标,索尼4K技术在专业领域和家庭娱乐领域,都取得长足的发展和进步。在新年销售旺季,索尼84英寸4K液晶电视的销售超过预期,这充分说明中国消费者对于索尼4K的高度认可。

同样,作为世界视听、通讯产品和信息技术等领域的先行者,索尼以电视和智能手机、平板电脑“智能连接”,以“智能连接”推动家庭影音娱乐平台智能化发展的思路,也将在2013年为中国市场和消费者提供更多可选的解决方案。

智能连接

建立家庭影音娱乐中心

数据显示,通常一台电视的平均使用年限是5—7年,这意味着智能手机或平板电脑已经更新了3—5代。现在的手机都已经发展到4核乃至8核了,而安卓智能系统也从1.5升级到4.2版本,未来其运算速度会更快。而老的智能电视却无法做到如此飞速的升级和更新。

对于当今的电视“智能化”潮流,索尼有着自己的理解:在家庭娱乐中,电视最重要的还是提供最佳的画质和音质,借助与其他设备的智能连接来共同完成家庭娱乐设备的“智能化”。

通过索尼Xperia智能手机的NFC近场通信技术,用户只需要将智能手机放置于索尼BRAVIA液晶电视的一触式遥控器上,遥控器便会立即建立与智能电视的无线连接,用户便可在电视上播放智能手机上的内容。这项叫做“一触镜像”(One-touch mirroring)的技术为用户提供了一种绝佳的资源共享方式,让用户能够与朋友



2013 索尼 BRAVIA 全新产品



索尼 BRAVIA 体验区

及家人分享智能手机里储存的照片、视频、音乐及游戏等精彩内容。

索尼还为电视与智能手机的互联提供全新的智能连接方案——Mobile High-Definition Link (MHL)。通过将手机以MHL线缆连接电视,即可将手机内的高清内容呈现于高清电视上,并在电视上使用各种手机应用,或展示视频、照片、音乐等内容。同时,消费者还可以使用电视机遥控器来遥控浏览智能手机里的内容和互动应用程序。目前了解到,这项功能已经可以支持BRAVIA全系列电视产品以及很多安卓智能手机。像几年前的HDMI一样,此次推出的MHL有望成为消费类数码产品的又一个大众化的连接解决方案。

在智能手机或平板电脑上安装“TV SideView”应用程序后,即可把手机或平板电脑上的应用传输到电脑屏幕上显示。你可以通过手机等小屏幕设备搜索互联网上的视频、文章,然后在电视的大屏幕上浏览观看。另外,TV SideView还能把手机或平板电脑变成电视遥控器,还可以支持语音识别,直接对不同服务商中检索娱乐内容。

最佳画质

提升影音共享体验

“对于电视来说,最核心、最关键的还是在于画质和音质”,索尼集团家庭影音娱乐事业本部TV事业部副部长根岸史明表示,“在这方面

的进步和提升仍然是我们的重点。”借助专属技术,索尼电视可以对来自智能手机、平板电脑的内容进行画质和色彩方面的优化,展现更具临场感的家庭图像或视频片段。

2013年新款BRAVIA 4K液晶电视X9000A系列,就搭载高画质的索尼4K X-Reality PRO(4K迅锐图像处理引擎PRO)及创新“TRILUMINOS Display”宽色域显示技术(特丽魅彩显示技术),配合4K技术带来的超精细画面细节和丰富色彩,创造出索尼有史以来最真实的画质。

据悉,“4K X-Reality PRO”是索尼广受好评的“X-Reality PRO”图像处理技术的进一步升级,也是成就BRAVIA系列液晶电视出众画质的关键所在。得益于多年来在显示领域的技术积累,索尼已将“针对不同环境、不同图像的最佳显示方式”形成一个数据库。“4K X-Reality PRO”内置了此特定图像信息数据库,能对画面中人物、文字、风景等对象进行针对性的优化分析处理,呈现出细节丰富的4K画面。无论您观看的是Blu-ray光碟、现场直播的电视节目、IPTV还是手机视频,都可以在4K屏幕上享受到生动逼真的图像。

索尼最新研发的被称为特丽魅彩显示技术的宽色域显示技术,令难以重现的红色和翠绿色色彩更为生动丰富,令图像色彩更为纯净鲜明,唤起坐在电视机前的您对整个场景的每一丝情感。得益于该项宽色域技

术的应用,消费者在回放使用兼容“TRILUMINOS COLOR”技术(内容中包含宽色域信息数据)的索尼数码相机和摄录机所拍摄的珍贵记录时,都能获得高画质的图像和视频记录。

此外,索尼还推出了W950A、W900A、W800A、W700A、W650A/W600A的5个系列的W系高清液晶电视,全面应用“X-Reality PRO”图像处理技术,让画面呈现更为清晰细腻。其中W950A和W900A两款高端型号还应用了“TRILUMINOS Display”(特丽魅彩显示技术),为消费者提供富有更饱满色彩的高端画质体验。

以电视为中心的家庭影音娱乐生态链

在移动互联网与云计算的大潮下,消费电子产品的内涵与外延正在发生变化,任何产品都不再以单一形态存在,而是互相融合与跨界。业内人士指出,“在这个大融合的时代背景之下,索尼电视当前的发展理念和产品解决方案,无疑更能满足用户对超清化、简约化、智能化的体验需求”。

随着电视作为家庭娱乐中心地位的回归,以智能化网络连接实现家庭数码产品的整合平台解决方案自然是水到渠成。在一个典型的家庭当中,可能电视正在播放节目,与此同时孩子们还在用手机上网,父母正在用平板电脑上网;使用电视的同时使用其他智能设备,这是一个非常典型的现象。

通过独特的索尼智能化应用,索尼成功地将智能手机、平板电脑等终端设备以及片源内容放映等进行无缝连接,实现软硬件平台的整合联动,为用户打造一个以电视为核心的家庭娱乐生态系统。

2012年上任伊始,索尼集团CEO平井一夫就提出了“One Sony”的战略。同样,在电视智能化发展趋势上,索尼也希望其能成为整合产业当中的一部分。在视听体验方面已经越来越极致化发展的情况下,也许在未来,索尼电视智能产业链的上升空间还将更加广阔。

1月空调市场触底反弹近五成

海信开启2013年增长新通道

■ 本报记者 文剑

空调业的触底反弹大幕正在拉开。日前,《中国企业报》记者从国内第三方市场监测机构中怡康市场研究机构获悉,2013年1月份中国空调市场整体零售量、零售额同比增长42.86%、49.20%,在经历了2011年下半年以来的市场下滑后,迎来第一轮强劲反弹浪潮。其中,海信空调市场零售量同比增长79.68%、零售额同比增长83.18%,远远高于行业平均水平,反弹幅度颇为抢眼。

近日,国美电器联合众多空调厂商发布的《2013年中国空调消费趋势报告》也显示:房地产市场销售趋于理性,城镇化建设提速以及市场刚性需求有所增长,预计2013年一二线市场空调销售规模金额将达到700亿元,同比2012年增长7%。

空调分析师指出,“行业在2013年的触底反弹是一种必然,国家的产业政策、市场的刚性需求以及过去几年海信等空调领军企业持续在产品、技术、服务等方面的转型升级,最终让中国空调业开始构建内生性增长体系。同样,海信空调的销售反弹,也是受到2012年8月以来,苹果派A8系列新品上市销售后,开始为企业构建市场增长的新通道”。

新亮点:海信引路行业触底反弹

作为中国空调产业领军企业的海信空调,表现尤其抢眼。以一级大中城市市场为例,在行业零售量和零售额分别录得50.45%、37.37%平均增长背景下,海信空调零售量和零售额分别取得108.19%、108.37%的大幅度增长,增速是行业平均水平的两倍,成功在市场上释放出企业品牌、技术和产品的竞争力。

对此,海信科龙空调营销公司副总经理王瑞吉表示,“建立技术和产品的双驱动体系,是海信在进军空调行业之初就确定的发展基因。无论是从最初的变频空调普及、苹果派A8拉开时尚大幕,还是当前的PM2.5空气净化空调热销,这都是我们参与市场竞争的核心动力”。

中怡康品牌总监左延聘也认为,“随着整个空调产业发展步入成熟期,近年来国内空调市场的增长动力主要来自于少数领军企业的持续发展。海信空调的增长业绩表明,这些大企业通过掌握对产业发展趋势和消费潮流的话语权,已经开始以超越行业平均水平的速度在发展”。

新动力:PM2.5空调引领健康消费

海信空调在市场首轮触底反弹中领跑,绝非偶然和运气,依靠的是对市场发展趋势的精准把握和全新消费潮流的引领。

早在今年年初,海信空调推出中国市场上PM2.5去除率最高的空气净化空调,去除率高达99.9%,同时还开创“空调制冷制热与空气净化”跨界整合的新格局,让空调变身空气净化器,大大延长空调的生态价值链。

国美电器在2013年空调消费趋势报告中也指出,雾霾天气的袭来,环境的恶化再一次引起了全社会的重视,消费者更加注重健康产品消费,除PM2.5全净化、抑菌、空气净化等附加功能的空调开始增长。仅2012年国美健康空调的销售比重超过85%,而除PM2.5类的空调销售比重更增长3倍多。

基于苹果派A8系列新品平台,海信空调除推出除PM2.5空调,还创造性地实现“空调即使不制冷不制热,也可以单独启动空气净化功能”,让消费者根据自身的实际情况一键单独启动净化功能,最终让一年只用60多天的空调,变成一年365天的空气净化器。

对此,王瑞吉表示,“过去人们对于室内空气质量关注度很低,近年来我们在市场一线销售中了解到,消费者选购空调不再只关注室外空气质量,更关注家庭室内环境。除PM2.5空调的推出,正是企业基于用户需求展开的新一轮产品布局”。

此前,国美电器联合海信等国内外数十家知名空调厂商签订共计550万套产品的大单采购合同,并共同确定“健康、生态、责任”的2013年空调消费主题。

知情人士还向《中国企业报》记者透露,“在即将召开的中国家电展上,海信空调还将发布继苹果派A8之后的全新产品,将会在现有的节能、时尚基础上,开启空调业高端智能化新潮流,给市场和消费者带来耳目一新的使用体验,也将继续领航国内空调业健康潮流”。





第一战: 3·15春风服务 终身免费

活动时间: 3月1日—3月20日

• 变频精品0元购 •
免费上门清洗

• 团购套购内购随心购

以上活动详情见志高当地卖场店、经销网点专柜,解释权归志高。

广东志高空调有限公司 www.china-chigo.com 全国统一服务热线: 4006-757-888

