

拉开中国“炫幕” 共赏精彩未来——访深圳光峰光电公司CEO兼环球华影董事长李屹博士



在2013年深圳光博会上,记者采访了深圳光峰光电公司CEO兼旗下子公司环球华影董事长李屹博士,他向记者介绍了刚刚上市的百英寸“炫幕”激光电视,并对激光显示技术的未来进行了预测。

李屹介绍,“炫幕”激光电视的核心技术是“ALPD”(先进的激光荧光粉显示技术)。该技术的应用,解决了成本、环保和用户体验3个关键问题,“首先,高成本让激光电视始终无法在家庭普及,而‘炫幕’激光电视其单位显示面积售价仅为OLED电视的15%,

这让百英寸激光电视家用化成为可能;其次,‘炫幕’省电且辐射小。目前,同比例的激光电视其能耗约为同尺寸液晶电视的25%,而预计到2015年,激光电视的能耗将再降低50%。最后,现在的高清电视(HDTV)只能表现视觉颜色频谱的40%,而‘炫幕’可以实现比液晶电视和等离子电视2倍的色阶表现能力,可以提供最丰富的色彩、最好的清晰度和视野深度。”

李屹表示,作为深圳市政府“孔雀计划”首批引进的技术创新团队,光峰光电公司将通过与众多国内外知名企业携手,实现激光电视产业的规模化,让激光电视早日在消费市场终端普及。

问及激光显示产业的未来,李屹称激光显

示市场是一个完整的产业链,就像LCD平板一样,是一个价值百亿元甚至更大的市场。“我们就可以带动几百亿元的产业链,从材料、设备到相关电子芯片等行业,价值几百亿元的产品的遥控器,就掌握在我们手中。我们首先要让激光电视进入百姓家里,随后产品和技术不仅对显示行业有影响,还会延伸到照明市场,让激光照明产业化为民所用,也是我们要做的。”

采访结束前,李屹道出了整个团队的“中国梦”——通过技术创新、产品创新、价值创新,为客户不断带来新的完美的体验,最终建立起一个有影响力的品牌。如李屹所说,“‘炫幕’激光电视的中国梦,就是就是让中国人的技术、中国人的产品,得到全世界的尊重,而我们已经走在路上。”(杜威)



近日,中国电子商会消费电子产品调查办公室、国家广播电视产品质量监督检验中心携手创维依据《彩色电视机信息化指数评测通用规范》联合发布《电视操作系统评价细则》,通过对智能电视最为核心的操作系统部分的深度解析,不仅体现出专属操作系统与移植的安卓系统之间的本质差异,更为消费者选购智能电视提供了专业依据。

智能电视市场争夺加剧
专属操作系统应运而生

智能电视的到来,顺应了电视机高清化、网络化、智能化的趋势。当智能PC已发展成熟,手机和平板电脑也实现大面积智能化的情况下,各方均把目光瞄准了TV这块屏。日前,创维发布的天赐系统就具颠覆意义,其独立自主的研发特性,兼容安卓而又不依赖安卓,实现了云和端的真正融合。另外,创维

长久以来对电视用户习惯的钻研,更为天赐系统作为继电脑、手机/Pad操作系统之后的第三类操作系统提供有力的理论支撑。

电视操作系统评价细则发布
创维天赐系统引领时代

在此次会议上,国家广播电视产品质量监督检验中心副主任刘志刚针对当前电视操作系统的发展情况,权威发布了《电视操作系统评价细则》。细则内容主要包括独立性、兼容性、完整性及持续性四大准则。这四大准则是基于《彩色电视机信息化指数评测通用规范》中关于电视操作系统的描述,并结合了国内首个电视专属操作系统——天赐系统的研究成果而产生的。在天赐专属操作系统架构下,最为体现运行速度的开机时间。同时在界面设计方面天赐系统电视加入半透明式悬浮UI,使得界面更加简洁直观。另外,多任务处理的操作简化使得智能操控更上一台阶,智能节目分析、搜索筛选等功能也体现了专属系统的人性化特征,而“第二屏”的操控延展更是反映了创维基于专属TV操作系统对于家庭互联网的构架。

同时,中国电子商会副秘书长陆羽波认为,随着家庭互联网时代的来临,电视要成为家庭互联网控制的核心,必须拥有独创包容的操作系统,专属系统的技术水准成为衡量电视智能化的新标杆。(芳芳)

中国台球最小选手与亨德利共话台球明星成长道路

“这是我在斯诺克运动中见过的最不可思议的事情。3岁的孩子能左右开弓打球,这说明他真的是很有天赋。”近日,受北京英华联众俱乐部之邀,3岁斯诺克小神童汪乌卡在北京与“台球皇帝”亨德利同台PK后,亨得利发出了这样的感慨。



自9月12日在上海隆重上市,截至9月30日,在短短不到20天时间内,广汽本田第九代雅阁销量已经突破了1万台。终端市场反馈的信息显示,第九代雅阁的强势表现已经让中高级车市场的价格体系发生了变动,诸多竞争车型纷纷采取降价促销形式进行狙击,市场格局因第九代雅阁的入市而逐渐步入变革期。

第九代雅阁市场定价为20.68万元至29.88万元,这一定价区间与当前市场同级销量排名前两位的德系双雄(帕萨特和迈

腾)基本相当。全新上市的第九代雅阁目标很明确,那就是与当前市场最强者硬碰硬。从第九代雅阁上市当月的表现来看,其与德系双雄的竞争已正式拉开序幕:第九代雅阁目前主销车型排量为2.4L,与德系双雄当前的主打排量1.8T相当。也正是由于受到了第九代雅阁的强势冲击,德系双雄旗下1.8T车型本月价格出现了较大的波动,目前在终端市场已经有接近2万元的市场优惠幅度。而第九代雅阁的强势也改变了日系中高级车长期以来主销车型只能集中在22万元以下价格区间/2.0L车型上的尴尬局面。这也证明了在中高级车市场上,以“出身”(大众车型前两年的强势表现使得很多人更为迷信德系车)论英雄绝对是个谬论,正所谓“价值决定价格”,真正决定消费者是否出手的只能是价值因素。

之而来。

北京英华联众俱乐部成立于2013年,其面临的任务是把“英华联众台球俱乐部”的品牌推向北京市场,让北京的台球爱好者享受到专业设施、细心服务,引领并体现台球运动的宗旨和目标! (常乐)

上市当月销量过万台 第九代雅阁树立市场价值新基准

长期以来,本田的技术实力一直为消费者所称道,因此也有“技术的本田”的说法。在德系竞争对手赖以成名的动力系统方面,本田近年来倾力打造的Earth Dreams Technology(地球梦科技)动力总成技术完全可以与其进行抗衡!以第九代雅阁当前主销排量搭载的2.4L i-VTEC直喷发动机为例,其荣膺了2013年度Ward's十佳发动机称号,采用了Honda独创的VTEC可变气门升程系统+VTC可变气门正时技术,以及全新缸内直喷系统,在大幅度提高燃油效率的同时,通过降低摩擦,使燃油经济性提高13%,最大扭矩提高8%,最大功率达137KW/6400rpm,最大扭矩为243N·m/3900rpm,百公里综合工况油耗更低至7.7L。

而在日系中高级车引以为豪的配置方面,第九代雅阁再次完爆德系竞争车型!我

们拿德系双雄和雅阁的主销车型做一下比较:它们分别是帕萨特1.8T DSG御尊版、迈腾1.8T豪华版和第九代雅阁2.4EX。三者的市场价格相差不大,但第九代雅阁以LED前大灯、LWC盲点显示系统、航空双屏智能娱乐显示系统、ECON智能绿色节能辅助系统、ANC主动降噪系统、ESS紧急刹车警示系统等等创新的科技配置,大幅增加了车辆的价值。若以配置进行换算,第九代雅阁2.4EX对比帕萨特1.8T DSG御尊版价值差胜出10400元,对比迈腾1.8T豪华版价值差胜出9800元。

当前中高级车消费者购车时所考虑的排名靠前的因素除了动力和配置外,安全性能排在了第三位。第九代雅阁在最为严格的美国IIHS(美国公路安全保险协会)碰撞测试中力压多款人气车型,斩获“2013年度最安全车型”荣誉(其力压宝马等豪华车型,

创下了中高级车的全新记录)。此外第九代雅阁还率先搭载本田多项可有效预防碰撞的先进安全技术:LWC盲点显示系统可在转向时有效监测右后视镜盲区;ACL主动转向照明系统可在黑暗环境下转向时自动照亮转弯区域;专为中国消费者装备的CMBS碰撞缓解制动系统和ACC主动巡航控制系统,利用车头部安装的雷达感应与前车的距离,进行调节并主动预警,提供安心保障。

对于志向高远的广汽本田第九代雅阁来说,上市当月销量过万台只是一个开始;PK掉德系双雄,重登级别市场销量冠军宝座也不过只是一个目标;它真正要做的,是树立市场价值新基准,为中高级车消费者提供真正有效的价值!这才是驰骋中国车市15年,在中国已拥有150万名车主的雅阁品牌的真正使命。(王伟)

“联手”破寒冬 日系中高级车暖春将至?

第九代雅阁上市,引发业界广泛关注,一时间网络、平面媒体等各种传播渠道,涌现出大量相关的报道和评论,众多业内外人士也纷纷讨论相关话题。

类似的现象,在年初另一款日系“重磅车型”——新世代天籁上市时也曾出现过,这是巧合还是另有玄机?

作为中高级车市主流车型之一,天籁、雅阁在

中国都有着辉煌的历史,它们的换代受到关注无可厚非。但如此高的关注度以及讨论热度,却非天籁或雅阁单一一款车的影响力能够轻易办到的,更多的或许和目前整个日系车的处境有关。

自去年9月涉日事件以来,日系车的整体销售进入了寒冬期,直至今天,日系车整体市场份额也仅恢复至事件爆发前水平的80%左右。因此,作为日系旗舰级别的代表车型,

天籁或雅阁换代后,是否能够成为日系车的市场份额恢复甚至是品牌形象的恢复提供强大支持,成为关注焦点。

另外,进入2013年以来,日系厂商为冲破销售寒冬,加速了新车型投放的进程,多款强力新车扎堆上市。而在最受关注和重视的中高级车市场,更迎来了天籁、雅阁等重磅车型的集体换代,这些车型产品力都十分强劲。



随着这两款热门车型的换代,日系中高级车的共性愈发明显:除了舒适上精益求精,更彻底提升了车型的操控性能,兼顾操控与舒适,日系中高级车“联手”征战中高级车市已成定局。

综合以上,笔者认为,日系两款中高级车之所以如此受关注,是因为众多人猜测着,日系中高级车是否准备“联手”征战市场,在中高级车市场上“抢”回一个春天。

其实,长久以来由于日系车在中高级车市中一直处于强势地位,造成了几大日系中高级车型“各自为政”的局面出现,但自从帕萨特、迈腾等德系车型采取“抱团”作战的方式以来,它们对日系车的市场地位造成了巨大冲击。加上2012年突如其来的事件影响,日系品牌不约而同地将2013年视为收复“失地”的一年,而“联手”此时似乎也成为了它们征战中高级车市的最有力、最有效的手段。

细心的消费者或许已经发现,“联手”之

后,日系中高级车的整体表现凭借日渐显现的团队共性,不但实现销量恢复,部分车型更实现同比销量的大幅提升。

在整个日系中高级车队伍中,打响今年“第一炮”的新世代天籁最值得一提,其产品力表现也可圈可点。

新世代天籁通过“梯悬挂+ATC”组合,即梯形控制臂独立后悬挂搭配ATC主动循迹控制系统,为消费者带来了建立在健康舒适之上的精准驾控体验;再加上7.3L的同级最低百公里综合工况油耗,以及在2013年度C-NCAP车型评价结果中,以57分最高分获得的五星安全认证,新世代天籁以强劲产品力优势受到广大消费者青睐,展示出日系中高级车队伍的强劲实力。

以新世代天籁为先锋,再加上其他日系中高级车型的助阵,日系阵营气势强劲。冬天快要过去了,春天还会远吗? (张丽)

