



平板电视走进智能新时代

受整体经济环境的影响，中国彩电市场在 2012 年初呈现销量同比下降的态势，但随着国家节能补贴等政策的出台以及智能电视消费的兴起，中国彩电市场消费需求在下半年逐步回暖。调研数据显示，2012 年中国平板电视整体销量达到预期的 4200 万台，TCL、创维、长虹、康佳等国产品牌快速增长，市场份额整体占比超过 70%。另外，伴随三网融合的推进，内容更丰富、娱乐互动性更强的智能电视销量增长迅速。

电商引爆“价格战”

最近 3 年，三四级市场平板电视消费增速已明显超越一二级市场，预计 2013 年，三四级市场占比将达到 55%。在平板电视整体销量规模保持在 4500 万台低幅增长的形势下，2013 年三四级市场的争夺将进入白热化。同时，2012 年京东商城、苏宁易购、国美商城等电商“价格战”持续升级引人关注，其“价格战”主要表现在以彩电为主的大家电。在信息交流如此迅猛的当下，网络营销渠道的影响力迅速显现，因此对彩电销售造成了冲击。但电商企业暂时还没有把优质的服务看作最为核心的竞争力，而是不约而同地把竞争焦点放在价格上，最后将会造成双输的结局。现阶段，已经有电商企业意识到用户体验的重要性，开始转变思路，大力创新“顾客体验”模式，而作为彩电销售渠道建设中的重要补充，它的不断成熟将使彩电销售渠道建设更加多元化。

超大屏幕超高清

电视产品作为家庭娱乐中心的地位逐渐回归，更大显示的视屏享受得到越来越多消费者青睐。调查显示，46 寸及以上大尺寸电视消费需求达 56% 以上，大尺寸电视将成为 2013 年消费主流。夏普、索尼、三星、TCL、创维、海信、康佳更是在 2012 年下半年推出了 4K 84 英寸超大屏电视。

大尺寸的热潮引发了业界关于视觉冲击力的思考，针对电视“看”的属性，高画质显然也极为重要，中外主流彩电品牌在下半年纷纷发布 4K 超高清电视，力图抢占市场话语权。彩电在经历了模拟电视到数字电视、HD 高清电视到 FUD 全高清电视后，或将迎来 4K 超高清时代，但现阶段 4K 超高清大范围推广还不成熟。首先是价格，目前市面上的 4K 超高清电视均价为普通电视的 2 倍以上，最高甚至达到 5 倍，普通家庭难以承受；其次是 4K 片源，这涉及上游广电系统，短时期内很难理顺关系。4K 超高清电视目前主要在于满足个性需求，普及推广还需市场培育。

智能进入新时代

继手机智能化普及以后，TV 端在 2012 年智能化进程明显加快。2012 年 2 月以来，国内主要彩电制造企业先后发布超过 30 个系列的智能电视新品，并不断升级更新，而以三星为代表的外资品牌，在 Smart TV 上的开拓也从未停止。智能电视产品也正从三个方面不断完善成熟：一是系统平台的开发，如海信针对智能电视深入定制的系统——海安，改变了智能电视平台碎片化的现状，为开发者营造了更好的开发环境；二是人机交互的简易化，如 TCL 云教育

智能电视，通过特制书本的内容点读，简单完成点读教育及点播观看影片、电视剧的步骤；三是智能内容的丰富，创维云健康智能电视能够为消费者设计全面的健康计划，使智能电视更加贴近生活。

智能电视经过一年多的发展，在消费层面获得了认可，但相对手机来讲，在智能化水准上仍有差距。调查发现，智能电视应用中存在较多的问题，如从智能手机移植的应用出现画面不清晰、卡屏、画面定格等问题；此外，消费者在应用商店下载应用程序时，想用的应用程序在应用商店找不到；APP 应用丰富性不够等。中国电子商会副秘书长陆刃波表示，未来智能电视的发展应注重用户体验的提升，没有适合消费者需求的应用，智能电视将是个空壳。

同步提升软硬件

在智能化浪潮的席卷下，如何打造核心竞争优势已成为各彩电制造企业甚至智能上游产业共同聚焦的问题。在传统电视时代，产业竞争是以硬件终端为载体的，传统彩电制造企业在产业链整合上具有绝对优势，但如今传统电视正向智能转型，硬件不再单独具备整合的能力，而更多的是“软实力”的比拼。我们可以看到，在 PC 端、手机端的争夺日趋激烈的情况下，像联想这样的 IT 巨头，优朋普乐这些视频内容供应商都跨界而来，他们为何有如此动作，正是因为看到了智能电视时代的到来所带来的契机。他们仗仗自身智能技术的优势，想在智能电视时代分一杯羹。而传统彩电制造企业相对而言，在产品制造和渠道模式两方面都已领先，而为寻求长久发展，必须走一条软硬兼顾的道路，只有在硬实力不断加强的基础上，同时提升软实力，才能使电视在音质画质不断升级的基础上，又在智能应用市场保持领先。

年度精品推荐

◎TCL 云屏 2 V6500 系列

V6500 一个最主要的特色功能就是“4D 一屏双显功能”。这一功能可以实现不同信道同步实时观看，只需戴相应的眼镜，就可实现一台电视，两个画面同时看，两个声音同时听。V6500 会提供两副可以显示不同画面的偏光眼镜与基于 FM 的无线音频耳机，从而实现两个人在同一电视上看不同内容的需求，再也不用争电视看了。

云屏 2 V6500 双核智能云电视的处理速度得到了数倍提升，启动各种应用程序和外接设备的速度可媲美电脑。而普通单核智能云电视上很多运行不畅甚至无法运行的程序，在云屏 2 V6500 上也都可流畅运转。

最近火爆全国的《中国好声音》带动了全民 K 歌热潮，V6500 的云赏 K 歌功能，可以通过网络享受到数十万首的海量 MV 曲库和最新流行 KTV 榜单，且无需等待缓冲，一点即播，在家里就可轻松享受顶级的 KTV 体验。

◎TCL iCE SCREEN 新品

由 TCL 和腾讯联合推出的全球首个可移动大屏娱乐智能云终端 iCE SCREEN，一经发布便因其创新的产品形态成为业内关注焦点，

拥有 26 英寸大屏、便携电源、轻薄设计，具备“大屏可移动”、“极速视频播放”、“个性音乐相册”和“高清视频通讯”4 大核心应用以及多屏智能互动、I channel 等精彩功能。

iCE SCREEN 解决了手机、PAD 屏幕太小，电脑工作压抑，电视刻板笨重等缺陷，实现大屏视觉、轻松娱乐与时尚便捷于一体的智能云体验。随着其他企业的陆续跟进，iCE SCREEN 还将构建庞大的智屏产业生态圈，大幅提升用户体验。

◎创维 84 英寸超高清云电视

UHD 超高清云电视在给消费者带来突破性视觉体验的同时，融合了代表未来趋势的云技术，是创维在完善云战略布局中的核心产品。UHD 超高清云电视具备以下四大优势：1. 四倍全高清，纤毫毕现：比普通距离（4 倍尺寸数）人眼可分辨极限 PPI 高 2 倍，开启了电视行业超越“视网膜屏”的新时代！2. 相同距离，更大尺寸：相同距离下看 UHD 超高

清电视，完全看不到像素点。经测试发现，HD 电视所能呈现的最完美尺寸是 32~37 英寸，而 FHD 所能完美呈现的尺寸是 42~55 英寸，而超大尺寸电视只有创维首发 UHD 超高清电视才能完美呈现。3. UHD 单芯片，全程无损超高清：创维 UHD 单芯片能实现无损解码原始 4K×2K 片源，做到真正全程超高清。4. 得益于 4K 超高清单芯片，可以兼容 1080P/1080I 全高清片源，通过智能计算，在空间轴平面上运行图像追踪补偿，精准还原水平和垂直方向上的数字信息。

◎创维 E700S 系列云健康电视

全球加载健康管理系统云电视——创维云健康电视 E700S，采用目前最前沿极致窄边设计，边框仅 6 毫米，目前市场最畅销的云电视之一。云健康包括六大健康测试，如体重、脂肪等；还包括四大健身计划，为您的健康身体随时监控，制定计划。同时，内置无线 WIFI，上网更加便捷、快速。

(大河)

海信发布 U-LED，角逐超高清

本报讯 全球最大消费电子展于 1 月 8 日在美国拉斯维加斯开幕，高清显示和智能应用是本届 CES 展的两大主题。在韩日彩电企业纷纷推出 OLED 等超高清平板的同时，海信（Hisense）也推出了令世界同行瞩目的 U-LED 电视，同台角逐超高清。

据海信介绍，U-LED（U 系 Ultra 缩写，意为极致、超高）是在 LED 屏的基础上，通过系统的软硬件优化，在高对比度、高色域、高清晰度和更快速度上大幅度提高显示效果。记者现场对比看到，同一片源，U-LED 在暗场、画质、色域上大大超越了之前的 LED 电视。而海信提供的数字显示：U-LED 的动态对比度可达到一百万比一，是普通

LED 的 10 倍，而色域范围较普通 LED 提升 15% 以上。

在本次 CES 展会上，三星、LG 等均发布了即将上市的 OLED，但其 55 寸的售价将高达 8 万元人民币，远离消费者。而海信 U-LED 将于本月底全球同步上市，65 寸大屏幕的售价仅 2 万元左右。显然，海信意图通过同画质，亲民价格的高性价比阻击抗衡韩国企业。

尽管不掌控显示屏，但海信 U-LED 还是通过技术获得了 CES “2012 年度显示技术创新奖”，这是中国企业首次在显示技术上获此大奖。

(李瑞才)



海信在全球最大电子展上展示新产品