

# AWE2018：大尺寸、8K、AI点亮彩电未来

## 人工智能成为电视标配

有了人工智能技术的新应用，用户可以用“语音”快速找出想看的赛事，也可以用语音实现翻译。

AWE2018 无处不显智能，电视则是智能产品的代表。据了解，几乎所有参展的电视都内置人工智能系统，人工智能已经成为电视的标配。海信在 AWE2018 上发布了 U7 系列电视，该电视内置海信 V-DAA AI 系统，用户可以通过全景语音和全景图搜交互实现前所未有的看球体验，并打通电视与家庭生活圈连接。有了这些人工智能技术应用，用户可以用“语音”快速找出想看的赛事，也可以用语音实现翻译、外卖、机票预订、智能家居控制等上百种智能生活服务。有了全景图搜交互，用户可以在观看比赛的同时一键搜索明星相关资讯、购买同款装备，也可以将精彩进球一键截图分享到朋友圈。

飞利浦则联手腾讯语音云，将智能语音识别系统应用到电视系统中，无缝引入飞利浦电视自建的深度学习、人工智能体系。消费者可以抛弃遥控器，直接对 65OLED913 电视喊出“你好，小微”，就可以进行语音指令操作，可以实现开关机、选择节目等等基础操作，甚至还可以成为消费者的私人助理，为消费者查询天气、搜索网络信息、备注提醒，还能拨打 QQ 电话。

长虹发布 AI3.0 产品——CHI-Q 电视 Q5T、Q5E 和 Q5R 系列。新品与腾讯合作，在 AI3.0 基础上创新，通过 TTS 情感化语音交互、语义算法、人工智能电视 AI—UI 提升使用体验。其中 Q5T 系列突出情感交互，通过 TTS 情感化语音交互技术实现逼真化、个性化、情感化、场景化，消除机器播报不自然、冰冷的感觉，让人工

智能电视变得更有“人情味”，以此给用户创造“感受愉悦”的使用体验。

TCL 从节省用户时间成本角度出发，以人工智能技术来对时间方案做进一步强化。人工智能可以给用户带来两大变化：交互方式的革命、数据利用效率的提升。而在电视的应用场景下，TCL 人工智能 2.0 plus 将会通过理解力、检索力、服务力的提升为用户更快找到所需，让人找信息、服务的过程更简单。其次，TCL 人工智能还将通过人脸识别技术、搭建多模态的用户系统，提高真正的个性化内容推荐能力，让信息、服务与人的匹配更精准。

TCL 多媒体创新产品部高级经理范佳信指出，任何科技产品的发展都是为了让人更懒。例如扫地机器人就让人摆脱了打扫的家务，科技的进步可以提高生活效率，所以人工智能电视也是让人变懒。当你坐在电视面前时，电视可以根据你的年龄、性别进行分组，并为你推荐你喜欢看的内容，几乎不用怎么交互。

随着越来越多家电产品实现互联互通，人工智能电视有可能成为智能家居的中心，到时候所有的家电产品都能够根据人的习惯进行自动调整，例如，当用户走进家门的那一刻，家里的智能产品全部被激活了。当用户打开电视的时候，电视能够自动识别出用户，并根据用户习惯推荐内容和服务。家庭的任何场景都能够为用户量身定制，因为这些场景中的智能产品每天都在学习用户的生活习惯，并根据用户习惯做出适当的调整。

## 起点大尺寸由 55 英寸迁移至 65 英寸

受全面屏手机的影响，电视也在强调全面屏改变，提升电视的屏占比。

AWE2018 上，所有电视基本都是 65 英寸及以上尺寸，55 英寸及以下尺寸并不多。2018 年，电视大尺寸标准起点将开始由 55 英寸向 65 英寸迁移。65 英寸电视也将延续 55 英寸电视的普及速度。一方面因为面板厂商在推动大尺寸面板普及，另一方面因为消费者已经习惯购买大尺寸电视，对大尺寸电视接受度越来越高。

此外，分体电视、全面屏电视、曲面电视、杜比全景声、杜比世界

等也值得关注。分体电视被 OLED 电视驱动，各大电视厂商为了凸显 OLED 超薄特性，将 OLED 电视设计成分体。受全面屏手机影响，电视也在强调全面屏改变，提升电视屏占比。曲面电视虽然在这次展会当中不是特别多，但是作为差异化产品会一直存在。长虹、康佳和 TCL 都有曲面产品。在杜比大力推广下，杜比全景声、杜比世界在电视中的普及度增高，今年新品中不少都采用了杜比全景声、杜比世界。

孙丕恕则建议，打造工业互联网运营商业模式，加快工业互联网平台建设。“工业互联网运营商是构建工业互联网平台的市场主体。我国要想统筹构建工业互联网平台，一定要打造工业互联网运营商业模式，与龙头企业共建工业互联网平台，并逐步形成产业链上下游融通发展的行业平台；另一方面，结合区域产业集群特色，搭建面向中小企业的区域性工业互联网公共服务平台，助力中国传统制造龙头企业为中心，借助其集聚力量，推进云计算、大数据、人工智能在工业制造中的应用，加大对云计算、大数据、人工智能相关企业的扶持，推动大数据分析在研发设计、定制开发、生产流程优化等智能制造核心应用系统中的应用，并通过云计算和物联网，打造智能制造云服务平台，实现管理流程优化、供应链协同以及产业协同。

全国人大代表、致公党上海市委专职副主委邵志清认为，可以通过“以点带面”的形式，在一些地方设立工业互联网及智能制造示范区，以当地传统制造龙头企业为中心，借助其集聚力量，推进云计算、大数据、人工智能在工业制造中的应用，加大对云计算、大数据、人工智能相关企业的扶持，推动大数据分析在研发设计、定制开发、生产流程优化等智能制造核心应用系统中的应用，并通过云计算和物联网，打造智能制造云服务平台，实现管理流程优化、供应链协同以及产业协同。



本报记者 林芝

如果说国际消费类电子产品展览会(CES)是全球彩电的风向标，那么中国家电及消费电子博览会(AWE)则是中国彩电的一场盛会。每一年，几乎所有的彩电厂商都会汇聚于此，观众可以一睹最新彩电产品芳容，家电行业人士也能从展会的盛况当中窥探新一年里中国彩电市场流行趋势。

3月8日—11日，2018年中国家电及消费电子博览会(AWE2018)在上海新国际博览中心召开。长虹、海信、康佳、TCL、创维、飞利浦、LG、索尼等彩电厂商悉数参展，记者通过对展会的观察发现：8K将成为彩电新的流行趋势，分体电视将借OLED抬头，65英寸将成为大尺寸新的标准起点，OLED阵营更为强大，人工智能已经成为电视的标配。

从 AWE2018 上可以看出，与前两年比，跟进 8K 电视的厂商越来越多。

## 8K 电视将有一个小爆发

随着 4K 电视的不断普及，8K 电视也将开始兴起。

夏普和海信带来的 8K 展示十分壮观，吸引了不少眼球。其中夏普 8K 超大显示屏由 8 块 104 英寸高清屏拼接而成，该 8K 拼接屏还原了北宋名家张择端的《清明上河图》，完整的呈现这幅绢本设色传世之作的宏大风貌。得益于超高分辨率，画面中细到舟车上的钉铆、摊贩上的小商品、市招上的文字都能清晰分辨，让观众能够亲身领略到这幅名画的风采。

据介绍，夏普 8 连屏可分屏为两个 8K × 5K 显示器，是目前最大的液晶屏幕，最大分辨率可达 16K，可用于鉴赏、修复、研究细节、了解历史，未来和媒体合作，还可应用于家庭装饰，甚至是在教育上使用。

在本次展会上，夏普还展示了两款 8K 电视产品——70 英寸、65 英寸 8K 电视。70 英寸 8K 电视是夏普去年发布的一款消费级产品。今年夏普发布了搭载群创光电 65 英寸 8K 面板的 8K 电视，进一步丰富 8K 电视产品线。“这款 8K 电视符合众多家庭客厅的规模，能让 8K 电视覆盖更多用户家庭。”富士康科技集团副总裁陈振国说。据了解，此款产品售价更为亲民，是真正意义上的消费级 8K 电视。

而海信带来的 300 英寸 8K 激光电视同样让人震撼。据了解，该款产品的屏幕尺寸约为 6.6 × 3.7 米，其显示像素数量高达 3200 万，是 4K 激光电视产品的 4 倍，色域高达 80% NTSC，使用寿命超过了两万小时。

飞利浦和康佳分别带来了 98 英寸 8K 电视和 75 英寸 8K 分体式电视。据介绍，康佳的 8K 分体式电视是目前全球唯一通过一条线显示 8K 60P 信号的产品，通过 8K 信号内部信号无损传输，图像得到了无损还原。

除了这些厂商之外，其他电视厂商也在准备 8K 电视。TCL 产品经理朱方业透露，虽然 TCL 没有在展会上展示 8K 电视，但是 TCL 也会将 8K 作为重点方向去跟进，有可能下半年会推出 8K 电视。

从 AWE2018 上可以看出，与前两年比，跟进 8K 电视的厂商越来越多，主流电视厂商在今年上半年或者下半年都将会发布 8K 电视新品，2018 年 8K 电视将有一个小爆发。友达光电产品业务负责人廖唯伦之前也表

示，65 英寸及以上尺寸 8K 电视的普及率将在 2018 年开始增长，2020 年达到 10%。他预计，从今年开始，8K 电视将逐渐取代 4K，成为 60 英寸或更大尺寸电视市场的主流。

但是从消费者来说，8K 电视还需要接受市场的考验。与 4K 电视一样，8K 电视最大的问题就是缺乏内容，在 4K 内容还没有得到很好解决的情况下，8K 内容如何完善呢？此外，T-Con 和驱动 IC 现在还没有真正大规模量产等制约着 8K 的发展。

与 4K 相比，8K 电视的普及速度可能会慢一些。现在 8K 电视规划尺寸都在 65 英寸及以上超大尺寸，而且 8K 面板良率还处于爬坡阶段，产能不是很大，一时价格不会很低，这些都会降低 8K 电视的爆发速度。

在 LG 和索尼的带领下，长虹、创维等大厂也跟着展示 OLED 电视，OLED 阵营更为强大。

## OLED 阵营更为强势

AWE2018 上，在 LG 和索尼的带领下，长虹、创维、康佳和飞利浦也跟着展示 OLED 电视，OLED 阵营更为强大。

去年，索尼重返 OLED 电视之后，OLED 电视市场再一次被拉动起来。截止目前，索尼 A1 已经占据了 OLED 市场超 40% 的份额。今年索尼乘胜追击，在 AWE2018 上发布了 OLED 新品 A8F。据介绍，A8F 继

承了 A1 系列的技术配置，包括支持 4K HDR 动态逐项重塑技术、14bit 平滑渐变、双影像数据库、精密色彩渲染以及动态对比度增强在内的 X1 进阶版图像处理芯片和银幕声场技术。两者只是在外观设计上稍有不同，A8F 系列采用了传统的电视中央底座，而 A1 则是采用支架设计。当然，A8F 系列也支持悬挂，超薄设计的屏幕边框可以让它最大限度的贴合

墙面，节省空间。

同样，LG 也在大力推动 OLED 电视升级。LG 展示了多款 65 英寸 OLED 电视和 77 英寸 OLED 电视。据了解，LG OLED 电视采用 LG 自行研发的 Alpha 9 智能处理器，其 CPU 及 GPU 的运算能力较以往处理器提高 35%，并配备 4 步骤杂讯抑制、进阶映射 (Advanced Mapping) 及改进颜色校正运算法，让画面的清晰度、颜色、渐变

层次都有较以往更佳的表现。

创维、康佳、长虹和飞利浦同样展示了 OLED 电视。创维、康佳和飞利浦为了凸显 OLED 超薄的优势，将 OLED 电视进行分体设计。

QLED 阵营由于三星缺席稍显弱势。海信和长虹仍然是激光电视的主力军。长虹展示了 CHI-Q 激光电视，海信携 88 英寸、100 英寸、120 英寸、300 英寸激光电视参展。

(上接第 1 版)

## 工业互联网是制造强国建设抓手

中国互联网正加速由消费互联网向工业互联网拓展，工业互联网正面临最好的时代。如果说过去 20 年我们抓住了机遇，在消费级互联网领域与美国同处世界领先地位，现在则有必要，有动力向产业级互联网跨越升级。通过工业互联网提高制造业质量和国际竞争力。

“工业互联网作为新一代网络信息技术与现代工业融合发展催生的新事物，是实现生产制造领域全要素、全产业链、全价值链连接的关键支撑，是工业经济数字化、网络化、智能化的重要基础设施，也是互联网从消费领域向生产领域、从虚拟经济向实体经济拓展的核心载体，可以说，工业互联网是现阶段制造强国的重要抓手。”全国人大代表、烽火科技集团副总裁余少华表示。

当前，互联网创新发展与新工业革命正处于历史交汇期。发达国家抢抓新一轮工业革命机遇，围绕核心标准、技术、平台加速布局工业互联网，构建数字驱动的工业新生态，各国参与工业互联网发展的国际竞争日趋激烈。面对激烈的国际

竞争，代表委员认为，中国最大的优势就是大体量的市场应用需求和大流量的工业数据资源。

“中国智造，‘智’从何来？‘智’从数据中来。真正的智能制造，要以数据为核心，依托工业互联网打造智慧企业大脑，形成企业运营的智能决策、指挥，推动企业数字化转型，助推企业效率提升和产品质量升级。”全国人大代表、浪潮集团董事长孙丕恕表示。

记者了解到，工业互联网数据和消费互联网数据不一样，首先，它对安全性的要求更高。其次，工业活动沉淀的数据更加海量，它包括生产端，也包括消费者的需求端，还包括供应链端，数据结构更加复杂，数据更庞大，安全性也更高。最后，工业数据的封闭性更强，因为它是每一个企业内的数据，保密要求高。而现在，尚未有国家在工业数字经济方面建成全球通用的模式，这为中国工业互联网发展提供了难得的机会。

“当前我们面临数字经济发展非常好的时机，进入了发展工业互联网的数字经济时代。中国有海量的工业数据，尤其是中国作为制造大国，沉淀了最有价值的工业数据。数据就是最大的资产，如果开发好的话，它完全可以形成不同于世界任何标准的工业数字经济模式。”全国人大代表、海尔集团总裁周云杰表示。

## 建立试点示范

### 各地积极布局争相创优

工业互联网已成为制造业与互联网深度融合的抓手，各地积极布局争相创优，建立试点示范，推动工业互联网建设。去年 11 月，国务院发布《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》，加速我国系统构建网络、平台、安全三大功能体系，也进一步激发了各地推动工业互联网的热情。

全国人大代表、上海市经信委主任陈鸣波表示，上海将依托产业基础良好、信息化体系架构完整的优势，率先探索实践，争创国家级工业互联网示范城市，形成辐射引领全国的数字化、网络化、智能化生产力供给。将重点抓好“四个一批”：包括在电子信息、装备制造与汽车、生物医药、航空航天、钢铁化工、都市产业等领域搭建一批平台载体、20 个以上工业互联网平台；集聚一批服务资源，打造智能传感、工业软件等企业信息化的“工具箱”；推动万家企业“上云入网”；实施百项创新应用，支持联网、汽车等龙头企业建设工业互联网生态。特别是要依托首个工业互联网地方联盟和产业创新平台，扩大对长三角的辐射带动作用。

全国人大代表、四川省经信委

主任陈新有告诉记者，四川省将积极制定工业互联网相关发展规划和实施方案。以工业互联网重大机遇为发展契机，大力推动实体经济与数字经济融合。着力构建以信息技术驱动制造业发展的现代化产业发展新体系，力争到 2020 年，四川建成中西部制造强省，迈向中国先进制造高地；紧扣“数字化转型供给产业培育、制造业数字化转型升级”两大核心行动，壮大增量，改善存量，促进制造业规模和效益整体提升；围绕工业互联网主攻方向，系统构建网络、平台、安全等基础设施，为两大核心互促发展提供共性支撑；构筑产业融合、产融融合、产城融合三大融合发展格局，全方位促进产业良性可持续发展。

“江苏将以工业互联网平台建设发展为核心，以‘建平台’和‘用平台’同频共振为策略，构建创新发展生态体系和政策体系，着力推进工业互联网高水平发展。”全国人大代表、江苏省经信委主任谢志成在接受记者采访时表示。

记者了解到，江苏下一步将从“供给侧”和“需求侧”两端发力，实施工业互联网平台培育和“企业上云”计划，双轮驱动，协同推进，高效发展。实施工业互联网平台培育工程和“企业上云”三年行动计划。推动大中型企业将信息系统向工业互联网平台上迁移，推动面大量广的中小微

企业接入使用工业互联网平台，降低企业信息化成本，推进互联网与制造业融合发展，促进工业互联网平台迭代发展。力争新发展 10 万家企业核心业务“上云”、百万设备上平台，重点建设 5000 个星级上云企业、100 个工业互联网标杆工厂、30 个“互联网+先进制造业”特色基地。

## 加快平台建设

### 打造工业互联网运营模式

记者了解到，中国工业互联网与发达国家基本同步启动，在框架、标准、测试、安全、国际合作等方面取得了初步进展，涌现出一批典型平台和企业。但与发达国家相比，总体发展水平及现实基础仍然有待提高，与建设制造强国和网络强国的需要仍存在一定的差距。

对于产业未来发展，代表委员认为，政产学研用各界要高度重视，形成全国上下合力突破、协同发展的良好局面。地方政府在相继出台工业互联网发展利好政策和支持举措的基础上，既要重视引导工业互联网关键共性技术突破，又要着力强化区域特色和差异化应用发展。“建议进一步鼓励和支持传统产业、互联网企业和信息技术服务企业发挥各自优势，合作打造具有国际水准的工业互联网平台，促进实体经济