



高刷新率屏幕并不是一种新鲜事物,PC行业早就有 120Hz、144Hz 甚至是 240Hz 刷新率的电竞显示设备问世。而在手机终端领域,高刷新率逐渐成为重要的功能指标正在被深入挖掘,长远来看应该是所有手机的标配,在近期看也会在除千元机外的所有手机进一步渗透。

在中高端手机加速渗透

屏幕显示的画面是由一帧帧的静态画面快速切换实现的,刷新率指的是屏幕每秒钟可以显示多少帧画面。高刷新率是一个锦上添花的功能,能够带来更流畅的画面和更顺滑的触控体验。主流刷新频率为 90Hz、120Hz、144Hz、240Hz,有人调侃这是一种“用了就回不去的功能”。

全球第一款高刷新率手机是夏普在 2017 年上半年推出的旗舰

续航与成本问题待解

手机的高刷新率带来更好的体验,现如今也存在一些问题。

侯林表示,目前高刷新率手机最大的不足是耗电。如果单看刷新率这种指标,不考虑屏幕其他参数的话,基本上参数越高越好。但目前电池已经很久没有突破性进展,5G 等技术又同样耗电量巨大,所以高刷新率会进一步压缩手机续航时间,这是其较为突出的不足。另一个不足是成本高,今年手机本身因为加入了 5G 技术,售价

产业链共创未来空间

综观 2019 年,90Hz 刷新率及以上的手机发布越来越多,而且不只是高端旗舰系列、游戏手机,中端手机大多也标配上了高刷新率的手机屏幕。当然,未来高刷新率屏幕要普及,成为手机标配,仍离不开产业链的通力合作。

在面板环节,不仅三星显示拥有高刷新率屏幕制造工艺,TCL 华星为了追求更长的待机时间、更高的显示流畅度及触控灵敏度,开发了 30~120Hz 动态帧频切换技术。即由传统 60Hz 显示精进至 30~120Hz 动态切换,解决运动模糊及高速拖尾问题,促进观影、游戏体验

京东家电冰洗行业峰会召开

本报讯 9月16日,京东家电冰洗行业峰会在京召开。峰会上正式发布了《京东 2020 冰洗白皮书》,通过平台大数据提炼的行业现状分析以及未来趋势展望,为行业提供了最值得信赖的发展路径参考,也带动了产业上下游齐心协力推动消费升级的决心。

京东零售集团家电事业部副总裁谢帆表示,冰洗是行业内继小家电之后的第二大增长体系,源于其兼具刚需功能需求,又有消费升级契机的属性。

据了解,京东冰洗业务一年来的销售数据印证了行业向好的三

大迹象:一是高端化趋势明显,冰箱和洗衣机的潜力价格带不断上移,其中 4800 元以上冰箱的销售额同比增长 110%,4000 元以上洗衣机的销售额同比增长 50%;二是新品引领行业增长,冰箱、洗衣机、干衣机的上新速度同比去年分别增长 141%、174%和 486%,新品贡献的销售额占比也达到了 44%、46%和 88%;三是品牌聚集效应显著,冰洗烘三大领域龙头品牌逆市向上,在近一年的新品销售中,海尔、美的等热销前六的品牌新品销售额占所有新品销售额的比例是 85%、80%和 90%。

长远来看,高刷新率应该是所有手机的标配,在近期看也会在中高端手机进一步渗透。

升温,包括三星,小米,OPPO,vivo 等在内的许多厂商均开始在旗舰产品上使用了更加流畅的高刷新率屏幕。而在今年,这项技术迅速成熟,不少中端产品也搭载了高刷新率屏幕。努比亚 play 游戏手机支持 144Hz 刷新率,最低售价为 2399 元;iQOO Neo3 最高可支持 144Hz 的刷新率,最低价 3398 元;红米 K30 至尊版支持 60Hz 和 120Hz 的切换;

高刷新率手机需要硬件层面、应用生态层面的支撑,以及一系列配套技术的跟进。

不足导致掉帧和手机发热严重问题。因此,目前支持高帧率的应用还不够广泛,未来期待更多技术手段去解锁更高帧率以及适配问题。

据了解,目前部分 240Hz 手机很可能并不能由屏幕本身支撑。群智咨询手机面板资深分析师吴淑园在接受《中国电子报》记者采访时表示,90Hz 和 120Hz 现在由 IC 可以支持,不需要算法优化,但 144Hz 及以上没有成熟的 IC 支持,需要靠算法去优化、调试才能达到。

高刷新率屏幕或许会成为拉开旗舰与普通手机在屏幕体验上差距的核心配置。

类别例如 a-Si、LTPS、OLED 都可做到 90Hz 及以上,都有产品正在开发中或者已经量产,在面板层面不存在特别的技术问题。

因此,技术难题的攻克、产能的提升、供应链的成熟,都为高刷新率屏幕普及铺平了道路。从长远来看,高刷新率屏幕或许会成为拉开旗舰与普通手机在屏幕体验差距上的核心配置。虽然短时间内受到多方面因素的限制,高刷新率屏幕依旧无法在手机上完全做到普及,但我们已经看到有诸多厂商正在跟进,势必会带来整个高刷新率显示屏在硬件层

助力行业加速消费升级进程

结合京东大数据发现,年轻化的新消费群体已经崛起,95 后的 Z 世代迅速成为线上消费中坚力量;“她经济”崛起,女性用户比例增加;此外,随着渠道的不断下沉,低线城市用户爆发,成为线上消费的高潜力用户。

消费升级也催生了一些新兴品类的爆发,其中干衣机就是典型。今年上半年我国干衣机销量同比增速良好,6 月增速比例甚至高达 112.4%。更值得关注的是,京东增速引领大盘,线上份额持续走高,京东渠道的热泵式干衣机的市场份额已经达到 85%以上。

近日,华为在 2020 开发者大会上正式官宣了鸿蒙 2.0——一套面向多平台的 OS 系统。值得注意的是,美的、九阳、老板等三家电器厂商也将成为首批支持鸿蒙系统的品牌。鸿蒙有可能成为智能家居领域的 Windows 系统吗?

鸿蒙登场 跨品牌的智能家居系统来了

本报记者 王伟

市场蓝海的新玩家

目前,我国智能家居发展前景广阔。赛迪顾问数据显示,2018 年,我国智能家居产业市场规模为 439.85 亿元,预计 2023 年将达到 4089.04 亿元,年复合增长率为 45.04%。

诸多企业加持下,智能家居出货量连年攀升。IDC 数据显示,2018 年中国智能家居市场累计出货 1.56 亿台,同比增长 36.7%。2019 年中国智能家居市场出货量突破 2 亿大关,达到 2.08 亿台,较上年增长 33.5%。进入 2020 年,智能家居出货量预计同比将增长 3%至 2.15 亿台。

智能家居系统的龙头未定

早前各家电品牌一直“各自为营”自建智能家居系统:格力发布四大产业规划和“零碳健康家”智能家居系统,并推出格力 5G 手机瞄准智能家居;小米提出了 AIoT 战略,发展了 MIUI 系统和米家智能家居。海尔建设了 U+智慧生活操作系统平台,推广“5+7+N”的智慧家庭场景解决方案。

行业认为尽管各家电品牌都在布局智能家居系统,目前还没有一个具有公信力的智能家居通用系统出现。

那么,一个通用的智能家居系统需要具备哪些能力呢?赛迪顾问电子信息产业研究中心高级分析师邹德宝接受《中国电子报》采访时表示,一个成熟的通用智能家居系统应该具备终端产品、控制中和人机交互能力、以人为本的智能体验能力、完善完整的功能应用能力和各终端产品之间的智能交互能力。“以现阶段研发技术工艺和人们日益增长的智能应用需求来看,其静态突破年限将会是 3 年左右。”邹德宝对记者说。

王成录在华为开发者大会上,演示了美的烤箱和华为手机的独特交互方式:碰一碰。用户从手机看到的菜谱,可以通过碰一碰烤箱的方式,将菜谱信息传输到烤箱,由烤箱自动完成烹饪任务。

家电企业的新选择

美的集团副总裁兼 CIO、IoT 事业部总裁张小懿透露,美的已有超过 15 款搭载鸿蒙 2.0 系统的家电产品,将在今年双 11 前推向市场。

值得注意的是,此次和鸿蒙合作的三个品牌中,九阳、老板电器智能家居布局较少,而美的一直在着力布局智能家居。美的不仅发布了 M-Smart 智能物联网开放平台,确定了“全面数字化、全面智能化”作为核心战略,还定下了 3 年内智能家居服务覆盖 1 亿家庭的目标。

为何美的会选择与鸿蒙合作呢?资深家电专家在接受《中国电子报》记者采访时表示,家电品牌选择成为首批加载鸿蒙的用户,可以相互成就,“蹭一波热度”让鸿蒙成为其新品的卖点之一。长远来说,双方合作关系还有待时间的检验,如果搭载鸿蒙系统的产品受到市场认可,双方的关系将得到巩固。

此外,鸿蒙系统的属性特点也是其“扩大朋友圈”的关键。根据王成录介绍,华为鸿蒙系统面向 128KB—128MB 的终端设备开源。换言之,一个终端设备的内存大于等于 128KB 就可以运行鸿蒙系统。此外,鸿蒙系统具有四大技术特性:一是分布式架构用于终端 OS,可实现跨终端无缝协同体验。

