



高刷新率手机必备新功能？

本报记者 卢梦琪

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之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

产品AQOUS R，采用了120Hz刷新率屏幕。2019年下半年，夏普发布了全球首款240Hz刷新率的手机Aquos Zero 2。近日又发布了全球第二款240Hz刷新率的手机Aquos Zero 5G Basic。相比传统的60Hz，理论上能带来4倍的流畅视觉效果。

手机厂商对于“高刷新率手机”的追逐自去年支持90Hz高刷新率的一加7Pro的发布而逐渐

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；

手机厂商对于“高刷新率手机”的追逐自去年支持90Hz高刷新率的一加7Pro的发布而逐渐升温，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；

此外，应用层面的适配问题也存在。如果屏幕刷新率提升，游戏帧率没有跟进，画面效果不会有提升，甚至有可能会拉低显示的效果。另外，也存在90Hz手机不能支持60Hz应用的情况。或者当你打开一个支持120Hz的APP，再打开一个60Hz的APP感觉上就会有些顿挫感。甚至可能面临处理器性能

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。

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软硬件层

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。

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。

此外，高触控采样率是高刷新率屏幕的必要辅助，这体现在一些游戏场景下，高触控刷新率手机要比一般60Hz屏幕采样率手机更迅速地完成瞄准动作，配合屏幕本身的高刷新率效果，整个体验才会得到质的提升。

所以，要真正体验到高刷新率

屏幕带来的流畅，不仅需要硬件层

面的支持，还需要应用生态层面对

于高帧率广泛的支撑，以及一系列

配套技术的跟进。

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。

面的进步。

总的来看，依照目前屏幕高刷新率的发展趋势，今年90Hz、120Hz应该会成为主流。虽然实际上不存在所谓的“用过120Hz就再也回不去60Hz”的事情，但是目前从屏幕角度看，高刷新率比材质、分辨率等参数更能让消费者直观地体验到不同，所以这也是高刷新率将以较快速度普及的原因。

相信未来，高刷新率屏幕手机软硬件不断发展，将会是手机屏幕生态的一大进步，对于未来手机形态来说也有着积极意义。

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。

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

助力行业加速消费升级进程

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%。

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。（文 编）

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。

尽管出货量呈现出逐年增加态势，但是智能家居仍是市场蓝海。市场调研公司Statista发布的《数字市场展望》统计显示，美国有15%的人在使用智能家居，英国普及率为8%，而中国仅为1%。

正是瞄准这片市场蓝海，智能家居生态的入局者较多，目前分为几大阵营，分别是以美的、格力、海尔为代表的传统家电阵营，以京东、苏宁等为代表的电商平台阵营，以绿地、恒大为代表的房地产阵营，以华为、小米为代表的智能硬件厂商和以腾讯、阿里、百度为代表的互联网平台阵营等。

华为消费者业务软件部总裁王成在发布会上宣布，鸿蒙系统已经与国内的头部家电物联网设备厂家美的、九阳和老板电器进行了合作。王成在发布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。

王成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。根据王成介绍，华为鸿蒙系统面向128KB-128MB的终端设备开源。换而言之，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，鸿蒙想要成为被广泛接受的智能家居系统还要避免业务上与第三方设备厂商的竞争。比如，华为已经推出了智慧屏、海信、创维、TCL、康佳、长虹等电视厂商支持鸿蒙的动力就比较缺乏，华为需要平衡自己的业务布局。

