

智能家电“适老化”按下快进键

本报记者 谷月

在“智能化”理念大行其道的背景下,各种智能家电不断推陈出新,而适合老年人使用的产品却在市场上难觅踪影。

近日,工业和信息化部发布了《关于切实解决老年人运用智能技术困难便利老年人使用智能化产品和服务的通知》,明确指出要集中力量解决老年人在日常使用智能化产品、享受智能化服务时遇到的困难。今年两会期间,让老年人也过上智慧生活成为热议话题之一。多位全国人大代表、政协委员均对推动智能产品适老化改造提出建议。随着越来越多人关注智能家电的“适老化”,其市场发展或许将会提速。



智能也是“无能”

随着数字化、智能化的飞速发展,人们的生活方式发生了翻天覆地的变化。就家电产品而言,智能化已成为市场发展的主流。然而,在我们拥抱智能化时代的时候,却有许多老年人被“拒之门外”。一些功能繁多、操作复杂的“高科技”家电产品,不仅没有帮助老人享受智能生活,反而让他们无从下手,最后只能无奈沦为“摆设”。

其实,老年人并非不能接受智能产品,而是符合老年人应用需求的智能产品太少。由于老年人身体机能逐步退化,他们更需要智能化的家电辅助生活,解决生活中的障碍。

全国人大代表、小米科技董事长雷军在接受采访时表示,老年人群体受限于成长的时代,在如今的“数字生活”中,往往很难像他们的后辈那样,充分享受数字时代的很多便利。一方面,对于老年人群体而言,这是他们在当今时代下生活的一大遗憾。另一方面,对于众多科技企业而言,也因此错失了很多潜在用户。

看到这些问题,工业和信息化部近日发布了《关于切实解决老年人运用智能技术困难便利老年人使用智能化产品和服务的通知》,明确指出要集中力量解决老年人在日常使用智能化产品、享受智能化服务时遇到的困难。今年两会期间,让

老年人也过上智慧生活成为热议话题之一。多位全国人大代表、政协委员均对推动智能产品适老化改造提出建议。随着越来越多人关注智能家电的“适老化”,其市场发展或许将会提速。

市场潜力很大

积极应对人口老龄化已列入国家战略,而“银发经济”下庞大的智能产品老年市场潜力尚待挖掘。如今,我国老年人的消费观念正由以前的储蓄型为主向生活改善型转化,并将改善生活质量作为生活的一大重点,由此引发“银发经济”的到来。“银发经济”是随着人口老龄化而出现的新兴产业,被誉为21世纪的朝阳产业。

据悉,截至2019年年底,我国60岁以上老年人口超过2.5亿,占比18.1%。预计到2025年,我国60岁及以上的人口或将突破3亿。到2050年,我国老年人口将达到4.87亿,占比34.9%,我国的老龄化已越来越明显。

“在社会老龄化趋势下,银发市场逐渐成为一股消费新势力。尽快完善老年家电产品和市场,做好智能家电适老化势在必行。”中国家用电器协会信息咨询部主任骆媛媛分析说,随着老年群体的消费能力不断提升,其潜在的消费能力正得到进一步释放。而目前国内市场

上专门针对老年人开发的智能家电产品,无论在种类上还是数量上,都还比较匮乏。其实,专为老年人设计的智能家电如能获得老年群体的认同,将为家电市场带来新的增长极。

奥维云网研究报告显示,2018年中国老年产品与服务总体规模达3.7万亿元,预计2021年超过5.7万亿元。仅城镇老年家庭,每年产生的老年家电需求规模就超过600亿元。

“不过,企业想要成功开发出一款针对老年人的智能家电产品,可能要花费比现有产品更多的时间、精力,以及更多的资金投入。”骆媛媛表示,这就需要企业拿出更多耐心、更大的信心和决心。

智能要面向大众

“适老家电有别于一般家电产品,是在满足安全、健康、经济等需求的基础上实现智能化。而适老家电的智能设计要注意几点。”全国家用电器标准化技术委员会清洁器具分技术委员会秘书长鲁建国在接受《中国电子报》记者采访时表示,首先,要力求操控简单,辅助功能不宜过多,且操作界面要图像、文字共用,便于识别。例如,各类家电遥控器上的按键或机体上的旋钮数量尽可能减少,并辅之以醒目的图文说明和清晰明了的颜色标志。其

次,语音识别、动作、图像识别能力要强,要适合老年人说话慢、清晰度不高,以及动作慢等特点。例如,电视机可设置为语音控制和固定动作控制等模式,老年人通过语音和简单动作即可对电视发送指令,实现对电视机的开关、转换节目等操作。最后,尽可能增加人体血压、心跳速率、尿/便等生理监控功能,且所有设备均可以实现远程操控,方便他人远程协助老年人群使用。

奥维云网研究创新部总经理赵梅梅表示,适老家电在智能化方面并不能简单地理解成只需要把产品做成低端智能就可以了,而应该能让老年人易学易用,年轻人也能用。所以,从某种程度上说,适老电器并不是从普通家电中独立出去的,而是通用的,只不过适老智能家电在产品设计上应更贴近老年人的需要和实际生活场景,实用性强。

小米相关负责人在接受《中国电子报》记者采访时也认为,从产品角度来说,真正的智能是面向大众的,而不是面向部分适应能力强的人。智能化本身就包含降低大众使用门槛的产品定义,所以产品适老化能力越强,也代表了智能化能力越强,越能够在竞品中脱颖而出。

智能适老 标准先行

智能家电在适老化推进过程中存在的挑战主要来自于行业标准的确定性。

“目前,在智能家电市场上,同类产品适老程度参差不齐,部分品类出现劣币驱逐良币的现象。甚至有些产品不仅不能帮助老年人群,还对其隐私安全、财产安全以及人身安全产生不良影响。”小米相关负责人感叹道。

雷军在接受记者采访时针对加速推动适老化改造提出建议:尽快出台完整的信息设备适老规范和标准。“近年来,国家实施的‘互联网+养老’行动在智能应用适老化领域持续取得进展,为应对老龄社会积累了经验。在此过程中,应进一步加强顶层设计,强化标准建设和应用推广。”

全国人大代表、海尔集团总裁周云杰也建议,要尽快研究编制面向老年群体的智慧家庭场景产品和服务标准,并形成标识认证体系。同时,出台税收、资金等优惠政策,在老年人口占比较高的城市开展智慧家庭居家养老应用试点。

鲁建国在推进适老家电进程的建言中也提到了,要加快标准的制定步伐。清晰界定适老家电的范围、安全措施、功能,以及使用性能等,有效防止假冒伪劣产品进入市场。他建议加强市场监管,提高企业、市场管理者及相关人员的社会责任;做好适老家电的检验、认证工作,帮助企业提高质量水平;更多地关注老年家电产品,提升产品地位,使得这一新兴家电类别获得更多爱护和进步。

近日,索尼PlayStation部门的平台规划与管理高级副总裁西野秀明通过官方博客表示,登录PS5主机的下一代VR系统将全面升级。但索尼研发部门高级副总裁多米尼克·马林森已公开表示新一代PSVR 2将不会在2021年内推出,这一消息的发布令不少等待了近五年的索尼VR老粉感到失望。潜心多年的PSVR 2是否值得继续等待?

索尼PSVR 2 值得期待吗?

本报记者 杨帆

索尼从未停止对VR的探索

5年前,索尼首次发布PS VR设备,但在日新月异的科技产业中,2016年的产品已经不能满足当下科技的发展。在这期间,索尼还关闭了多家开发第三方VR项目的工作室,包括Guerrilla(新剑)工作室和曼彻斯特工作室等。这让外界一度猜测索尼打算放弃VR业务。

但其实从近年来申请的专利信息上可以看出,索尼从未停止对VR的探索,同时也透露了PSVR2的部分新特性——提升玩家沉浸感。

为此,索尼将新控制器的造型从棒状升级为环状。结合去年发售的Play Station5 DualSense(新版手柄)中的关键技术,如双LRA(线性谐振传动器),通过交流电压驱动音圈,音圈的振动通过弹簧得到增强,提供低延迟、高敏感度的触觉反馈,从而提高玩家沉浸式体验感。

不仅如此,新控制器上还带有传感器,可对拇指、食指、中指和无名指,增加手指追踪功能。根据专利描述,传感器搭配触觉反馈可让用户在握住虚拟物体时,感受到物体的大小与质感。同时,双手握住控制器后还会被独立地进行监测和追踪。一直被玩家诟病的主机连接方式也有所升级,从初代PS VR的多线缆交织,升级到新一代PS VR2仅需1根线即可连接主机。

除此之外,在索尼于2020年10月提交的关于VR的专利中,拟实现VR交互的构想。即当一位玩家沉浸在VR游戏中时,其他在场玩家可作为观众,通过手机等移动设备参与到VR游戏中,并为主机玩家提供游戏建议。提高交互性的这一构想不仅能解决VR在使用上互动感弱的局限性,还能有效扩大VR的体验人群,让更多玩家能参与到游戏中。

以“索尼态度”布局VR业务

虽然专利申请并不能完全确认产品形态,但从种种信息上来看,索尼一直在以“索尼态度”布局VR产业,并向所有玩家展示索尼对VR、对未来的独特愿景。

何为“索尼态度”?正如网影影核CEO曹安浩在接受《中国电子报》记者采访时所说:“作为一个游戏界的老厂,索尼更在意的是如何才能带给用户最优质的游戏体验。”这就解释了索尼为何在2016年才入局VR行业,打磨6年才研发第二代VR产品。在战略布局上,索尼一直在等待硬件技术相对成熟时,打造硬件、内容齐优的产品。

索尼在VR领域上,着重布局平价硬件搭配高质量软件。业内人士评价:“在VR游戏中达到了在保障优秀游戏质量的同时,尽可能让玩家通过丰富的身体动作参与到游戏过程中这一点,索尼就不存在没有市场这一顾虑。”索尼官方数据称,目前PSVR的安装数量已超500万台。尽管与超1亿的PS4用户量相比这项数据微不足道,但据统计,仅PSVR硬件就已为索尼带来了近17.5亿美元的收入。除此之外,在软件上,PlayStation商店提供了超

百款VR游戏,以每款游戏平均售价15美元计,基于最新的500万台出货量,可以推断出索尼在VR软件方面的收入可超过5亿美元。

索尼战略的终极目标即是更好地服务PlayStation主机用户。目前仅有5%的PS玩家拥有PSVR,可以看出索尼VR并不缺乏市场。曹安浩对此表示:“索尼之所以并未生产与HTC和Facebook同类的VR头显/一体机,与它的布局有关。一方面,PSVR可以与主机玩家彼此转化、彼此互通、彼此互动;另一方面,这与索尼的发展方向更为相符。”

而在凌盛CEO何安莉看来:“索尼VR作为PS的附件来说价格略高,可用性有限。而HTC和Facebook不需要推动其他产品,对于C端用户来说,价格也会相对优惠。”就索尼是否会生产VR一体机,马林森曾公开表示:“不认为索尼将采取类似的策略。”

近年来在各大巨头公司的加入和推动下,市场对于VR的接受度越来越高,使用人群和应用场景也不断增长。在市场机遇与挑战并存的VR领域,索尼或将迎来拐点。

Mini LED硬扛OLED 谁才是电视市场宠儿?

本报记者 卢梦琪

刚进入3月,Mini LED和OLED电视开始短兵相接。

3月9日,TCL最新发布TCL X12 8K Mini LED星曜智屏,此前创维和三星已经先后于今年发布了Mini LED背光电视新品。

Mini LED近年来在技术、产品、产能等方面均有了实质性的进步,2020年被视为Mini LED背光电视量产元年,业内对2021年Mini LED背光电视商用大幅提速寄予厚望。

Mini LED背光电视在诞生之初,就被外界认为直接对标的竞争对手是OLED电视。Mini LED背光电视结合高端液晶显示屏,可以实现高分区和更精细的画质,提升了液晶显示产品在中高端产品中的竞争力,缩小了与OLED显示产品的性能差异。可以说二者在产品定位、价格区间、目标人群等方面均

有重叠。

OLED电视近年来一直未能“上量”形成市场规模,价格偏高和面板供给不到位是主要因素。而就在几天前,OLED电视“老大哥”LG电子宣布将在2021年推出更多的低价位OLED电视,新品电视的价格比2020年要降低20%左右。

奥维云网(AVC)消费电子事业部副总经理揭美娟在接受记者采访时表示,Mini LED背光电视提升了液晶电视显示效果,产品定位中高端市场,在同价格区间内与OLED电视形成了竞争关系。据了解,Mini LED电视在价格上比OLED电视更有优势,只有后者的60%-80%。

从市场规模来看,奥维云网数据显示,2020年全球Mini LED背光电视销量为20万台,预计2021年Mini LED背光电视销量将猛增到440万台,2025年Mini LED背光电视销量将突破3550万台,未来五年

Mini LED电视将迎来高速增长期。

2020年OLED电视全球出货量为365.2万台。而Mini LED背光电视销量在今年有望攀升至440万台。这样的追赶速度,不禁让人为OLED电视“捏把汗”。

不过在Mini LED电视市场按下“狂飙”键的同时,OLED电视品牌也未示弱。

据Omdia预测,从供给量上看,今年OLED电视市场将增长60%以上,达到560万台。从面板供应上看,LGD此前已宣布计划将OLED面板的供应量从去年的450万块增加到今年的800万块。

此外,随着OLED面板规模上升,成本下降,OLED价格优势逐渐显现。据Omdia估计,2021年,55英寸4K LCD面板与OLED电视面板的差价将从2019年的4.6倍大幅降至2.9倍,并于2023年进一步降至2.6倍。这意味着无论是对比LCD还是Mini LED,OLED面板价

格竞争力正逐渐显现。

从电视市场来看,2021年1月,55英寸OLED电视均价同比下降14%,65英寸OLED电视均价同比下降22%。随着OLED面板产能与良品率提升,OLED电视均价有望进一步下调。

虽然OLED电视价格下探是正常产业进程,揭美娟补充道,近来OLED电视降价主要原因是上游供应增加,导致成本空间的让出。未来Mini LED和OLED两个技术,会在产品突破的延展性和规模性降低成本两个方面进行较量,随着各自产业链的不断完善以及成本的下调,未来有望形成齐头并进的趋势。

Mini LED电视和OLED电视的未来承载着电视技术多元化发展和产业升级的希冀。对于电视企业来说,Mini LED电视将打破现有的电视品牌格局,从而加速电视行业洗牌。

