

编者按

今天的卡萨帝不仅仅是一个家电品牌,而是高端生活方式的引领者,为高端用户带来衣、食、住、娱场景的全新生活方式。卡萨帝套系产品用更贴近生活的科技创新领跑高端场景赛道,卡萨帝星河电视重新定义高端电视,将影院搬入家庭。卡萨帝每一次创新都是一次生活的革新,每一个发明都是把握生活需求的与时俱进。

体验性需求之下

品牌创新究竟该何去何从

卡萨帝发布星河电视

是电视却有影院效果



本报记者 王伟

“在消费者还没有意识到其需求的时候,就为其提供全新的设备和服务。”这是苹果公司创始人乔布斯创新产品时秉承的信条,也被视为苹果公司总市值冲破两万亿美元后仍不断突破新高的基石。而目前的家电行业正亟须这样的创新内核。

从硬件升级到生活方式的飞跃,中国家电行业已经进入第三次消费革命期,体验性需求成了明显特点。新的时期,众多创新性技术、产品和解决方案应运而生,家电竞争进入“逆水行舟不进则退”的胶着期。

但是究竟什么样的创新才能真正吸引用户呢?在记者看来,好的创新分两类:一类是能改善用户基础体验的科技创新,另一类是能改变用户生活体验的格局创新。

改善用户基础体验需要更贴近生活的科技创新

改善用户的基础体验,顾名思义就是在传统使用体验上的升级。以冰箱为例,最基础的功能是储鲜,那么改善用户体验的创新,就是更好地储鲜。如目前市场上的控氧保鲜、全空间保鲜、零度保鲜、真空保鲜等新技术,都是为了延长食材的保鲜期,实现用户健康饮食的期待。

以卡萨帝推出的行业首个控氧保鲜科技为例,这一技术是将食材

保鲜从传统的“能吃”提升到了“好吃”。通过控氧抑制食材呼吸作用,从而让荔枝、三文鱼这类难存储的食材可以实现7天新鲜如初的效果。在卡萨帝近期发布的一则天平对比视频中,也可以看到在卡萨帝冰箱中储存7天的食材比普通冰箱中存储7天的食材更重,其水分和营养成分保留度更高。

让食材储存得更好,这就是我们所说的改善用户体验的创新。在

改变用户生活体验需要更超前的市场布局

相较于单品科技的创新,对生活方式的创新虽有异曲同工之处,但也更为复杂。两个创新都是依托于用户对更好生活体验的期待,但前者有更为具体明确的目标,如储鲜更好、衣物护理更好等,但后者用户对生活方式提升的体验则更为抽象和宏大,比如做饭更方便、吃得更健康、生活更舒适等,这往往不是单纯升级某一个品类所能实现的,而是需要多品类的配合甚至开拓新格局,例如近几年出现的智能家居风口,就是升级用户生活方式的一大尝试。

但这样的尝试往往工程量也很大,绝非一日之功。以高端市场最新出现的套系化趋势为例。《中国家庭成套家电用户洞察白皮书》显示,47%的消费者偏向于从同一个品牌处购买智能家居产品,整合多类产品及可提供成套智能家电的品牌在未来必然会有优势。但套系家电具有较高的入门门槛,跨品类的套系化设计对产品设计从源头提出了更高的要求,这也让不少家电企业在早年间对此望而却步。一来是自身产品品类不齐全,二来简单的单品拼凑,并不能长久地留住用户。

在这方面,我们不妨看看最早推出高端套系的卡萨帝是如何做的。从2010年开始,卡萨帝就接连推出了白色铂晶、星空、指挥家、设计师、银河、鉴赏家等多个差异化高端套系。早期,卡萨帝套系的主要特征是外观设计的一致性,满足用户的家装需求。而后期,依托三翼鸟平台的资源和服务,卡萨帝的套系更突出场景性和智慧性,提供家电、家居、美学以及服务的一体化体验。

以卡萨帝银河套系来说,套系产品包含冰箱、洗衣机、空调、酒柜、冰吧、厨电、热水器、电视机等全品类家电产品,全系列产品外观极光紫



本报记者 杨鹏岳

随着生活水平的提高,人们的消费观日益趋向于“追求品质与精致生活”,尤其对于高端消费群体而言,追逐高品质生活体验的热情只增不减。

这一趋势在电视领域表现得尤为明显。京东消费及产业发展研究院发布的《高质量驱动发展——2021年消费现象及产业洞察报告》显示,2021年,高品质的“旗舰”产品受到青睐,以大屏幕电视、HiFi影音等为代表的高端品质家电成交额同比增长700%。

上述数据清晰地反映出这样一个事实:用户对于高品质音画的视听需求已不再局限于影院场所,越来越多的人希望在家庭场景中就能体验到影院级别的高端享受。让电视做到“影院”效果?其实,近期卡萨帝发布的星河电视已经做到了。

把“私人影院”搬回家

自1925年英国人约翰·贝尔德发明了世界上第一台电视机以来,针对用户的家庭观影需求,电视行业一直在不断地更新换代。近百年的时间里,电视机经历了CRT(阴极射线显像管)显示、LCD液晶、激光、等离子、OLED、QLED等技术路线的发展变化。

但到后来,由于技术越来越难有更大的突破和创新,许多电视品牌只能在原有技术维度上对数据进行一次次的有限提升。而精准洞悉了用户高质量观影需求的卡萨帝,则推出了卡萨帝星河电视,为用户带来影院级画质、音质和内容。具

体来看,卡萨帝拿出了以下三道“杀手锏”实现突破。

首先在画质上,卡萨帝电视创新精准画质参数调校算法——炫彩慧影技术,精准调控六维参数,深度还原真实色彩,让用户看到零失真影片。而卡萨帝电视的内容自适应技术可以智能识别播放内容,自动调节11种画质;同时,由于采用了双120Hz显示方案,即便是高速画面也能流畅展示,让每一帧都清晰可见。

其次在音质上,卡萨帝星河电视采用了专业HiFi级音响和前置音响设计,让声音无损直达,为用户

带来录音室级的音质享受;同时根据用户家中的布局,在入户专业调校后可以为用户定制专属声场。

最后在内容上,卡萨帝搭建了堪比影院级的内容矩阵,彻底打通了最后一道关卡。通过家庭院线新技术、128GB存储方案,卡萨帝将海量的高码率、高帧率、真4K影视资源储存在云端,让用户在家就可以看到无损超高清大片。

从上世纪90年代身躯庞大的CRT电视,到如今纤细轻薄的家庭私人影院,卡萨帝在重新定义高端旗舰电视,把影院搬入家庭的同时,也满足了用户不断提升的影音需求。



全场景智慧生活无处不在

当前,以智能家居、智慧+沉浸式消费为代表的智慧产品和服务正迅速成为新的消费热点。业内专家表示,“智慧+”可以促进商品和服务供给迈向中高端,还可以更好满足人民对美好生活的需要。

作为一款重新定义高端旗舰电视的产品,卡萨帝星河电视搭载了海尔智家APP平台,打造无处不在的智慧生活场景体验,可以轻松实现全屋智能家电,一屏集中显示控制。截至目前,卡萨帝星河电视实现了与海尔智家旗下8000多款智能家电的互联互通。

对于电视产业未来发展方向,有业内人士指出,应以改善用户体验为核心,开发消费者真正需要的智能化产品,简单、易用;同时改善不同产品间的互联互通,打造联通的智慧家居环境。卡萨帝电视与家居的完美融合,为打造智慧家庭提供了更广阔的空间。

以用户为中心,卡萨帝电视充

分考虑到不同年龄、不同需求用户的核心诉求,通过大数据精准算法为高端人群量身定制五大智慧模式,能够个性化满足用户对于观影、幼教、智家、娱乐、办公等智慧场景的应用。

根据中科院网联CCData发布的《2021智能电视行业发展及受众价值研究报告》,有超过40%的消费者会考虑选择智能电视作为亲子教育和上网课的终端使用。针对低年龄段的用户群体,卡萨帝电视推出了儿童健康学习解决方案,当切换到儿童模式,便会自动开启防蓝光护眼模式。卡萨帝电视还有定观看距离、定正确姿势、定观看时长、限定无害内容的四定管理,全程呵护孩子身心健康,养成良好的观影习惯。

在中国人口老龄化的趋势之下,家电“适老化”的重要性凸显。很多老年人用户反馈智能电视操作太复杂,先进的功能反而使得老年

人看电视越来越难。对此,卡萨帝电视创新使用NFC近场通信技术,实现适老化人机交互,想看什么便可“一碰直达”。比如老年人想听戏,只需把遥控器放到戏曲频道的卡片上就行,操作十分便捷。

最令用户心动的是,卡萨帝电视依托三翼鸟品牌打造的智慧客厅场景,包括智慧观影、智慧教育、智慧娱乐和智慧互联四大场景,让客厅变得更多元、更智慧。在三翼鸟客厅场景中,用户只要说声“你好,电视,我回来了”,不仅能电视开启、窗帘打开、灯光调节到最佳模式,而且还能通过跨屏传屏功能,将电视画面传送到冰箱,在做饭时也能追剧。

从技术创新到智慧场景,从被动服务到主动提供,卡萨帝的高端品牌价值不仅在于提供最具科技感的产品,更在于想用户之所想、真正解决用户的痛点。在高端电视领域,卡萨帝做到了。