

# 从AWE看“未来家”（五）：赋予家庭娱乐新想象，电视“变形记”

产品名称	从AWE看“未来家”（五）：赋予家庭娱乐新想象，电视“变形记”
公司名称	展览招商部肖琳
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	欢迎咨询，很高兴为您服务
联系电话	18321111954 18616788792

## 产品详情

从上世纪80年代的一机难求，到90年代末我国总生产能力突破4000万台/年，再到2013年百户拥有量超115台/百户，电视是我国居民家庭生活的娱乐中心。然而随着近年来网络的快速发展，手机、电脑、iPad等多元娱乐屏幕的增多，电视正逐渐从人们的生活重心中淡出。CTR数据显示，2022年1-6月电视开机率仅7.04%。与此同时，电视销量也在同步下降，奥维云(AVC)数据显示，2022年我国电视零售量3634万台，同比下降5.2%。一个不争的事实，电视的基本观看功能对人们已不再有足够吸引力。消费主体和需求变迁下，作为家庭中的媒体担当，除观看外，电视还承载着游戏、健身等娱乐功能，因此电视也必须由功能性刚需向情绪性满足转变，更好地融入场景需求中，以体验式加成为人们提供价值，而这也是当前电视发展的大势所趋。在刚刚过去的AWE2023上，各家企业带来了诸多电视趋势新品，让我们看到了电视的无限可能。游戏电视，玩的就是身临其境在AWE2023现场，中国家电网记者看到包括康佳、索尼、三星等在内的许多电视厂商都带来了其\*新游戏电视，此外，电视厂商们不仅在其展区设置了游戏、VR互动等体验环节，更在其中增添了很多电竞元素，如，海信搭建的“超级玩家”区，展示了基于游戏场景的游戏电视和电竞显示器。这些无不印证着游戏电视的炙手可热。随着近年来电视销量的逐年下滑，电视厂商们开始探寻新增长点。在消费需求和习惯变迁下，手游、网游、单机游戏等游戏产业快速壮大，特别是在近两年宅家特殊背景下，人们居家娱乐需求进一步放大，能带给用户更沉浸体验感的游戏电视，成为电视厂商瞄准的市场新活水。奥维云网(AVC)推总数据显示，2023年第一季度游戏电视零售量151.8万台，同比大幅增长89.9%。销量攀升下，游戏电视中的“游戏”功能也开始从早前提升溢价能力的附加型功能，向主要功能演变。从用户体验角度看，消费者对游戏电视所能带来的视觉效果有着较高要求，因此刷新率、分辨率、内存、色准等维度都是电视厂商提升的重点。透过各厂商推出的游戏电视新品可以发现，当前120Hz高刷新率已成为游戏电视不成文的标配。以2022年推出的游戏电视新品为例，长虹D6P PLUS有着四路真120Hz、海信第三代游戏电视Ace，拥有双240Hz高刷新率、TCL电光蓝T7E系列支持全通道4K 144Hz高刷、Redmi首款游戏电视X Pro，搭载了4K双120Hz电竞原色高刷屏等等。在本届AWE2023上，各电视厂商更是带来了诸多让人眼前一亮的游戏电视新品。如，海信游戏电视E75K搭载了游戏妙控台，能够秒级识别设备类型并切换游戏模式。索尼发布了98英寸的X90L系列游戏专业电视，针对游戏场景体验，新增了游戏增强器，玩家可一键快速切换黑平衡、动态模糊减少、十字辅助瞄准线等功能。三星推出的S95Z、S90Z两款产品，融入了三星\*新影音科技成果，拥有强大音画功能和硬核游戏性能等特

性。TCL带来了支持240Hz高刷分辨率的电竞显示屏，拥有32:9超宽显示比例和1ms响应时间。可以看到，电视厂商在对游戏电视的突破升级上，除通过高刷增强逼真效果，加强游戏的视觉体验外，在屏幕大小上也不断突破边界，以大屏带给用户更震撼的视觉冲击，此外，在游戏的响应、音效等效果方面，同样也在主打高性能硬件，提升操作精度、减少画面延迟卡顿，拉满用户的游戏体验感。博研咨询数据预测，2024年我国4K游戏电视市场规模将达42.4亿美元。艺术电视，重塑居家美学

观察当前电视厂商对电视的升级创新，一方面如上文提及的游戏电视，通过技术突破提升产品内在品质，切入细分场景化赛道。另一方面，从设计上做切入，在产品外观上以个性化、创意化、时尚化的独特理念，赋予产品更多细腻内涵，以此打动消费者同样重要。在AWE2023上，京东家电家居搭建了艺术电视展区，展出了数台艺术电视，此外，京东家电还联合三星、创维、LG、海信、TCL、长虹等品牌共同发布了《京东艺术电视趋势标准》。三星展出的Lifestyle艺术系列电视，有着纤薄贴合设计、可旋转屏幕和支架、定制艺术边框，让电视充满温度，不再是一块冰冷的黑屏。创维壁纸电视A7D系列，以“超薄无缝贴墙”的独特形态、“百变艺术屏”的创意功能，满足了用户对艺术家居氛围感的向往。探寻艺术电视的发展轨迹，其实早在2015年行业内就提出了超轻薄机型概念，随后产品形态发展越发细分、功能也越发精进。2017年，三星推出了“画·壁”电视，可通过电视屏幕展示包括精美画作、个人照片在内的独特艺术作品。小米、乐视曾推出过名为壁画电视的产品。创维近几年一直围绕壁纸电视展开布局。电视超薄、简约趋势越演越烈，产品设计已完成了从\*初只注重产品本身的形态美学，到关注产品与产品之间外观联系的蜕变，现在开始向产品与家居环境融合匹配方向演进。中国家电网联合清华大学美术学院·家电美学研究项目组撰写的，《2023家电美学趋势报告》指出，家电美学给人的愉悦包括生理快感、美感和精神快感。之于电视行业亦是如此，将电视与艺术相结合，以极具格调的设计成为家居装饰的组成，内置艺术模式，在待机时可以变为“壁纸”，给居家环境增添一抹美感的艺术电视，给消费者带来了生活与美感的双重享受。但目前艺术电视还未形成一定的市场规模，不过随着渠道与厂商的共同发力之下，可以预见艺术电视或将成为电视行业中又一趋势品类也未可知。智能投影仪，氛围感利器

伴随技术和需求的双重驱动，家庭影音进入多终端并存时代，在此背景下，大屏产品越发受到用户青睐。不止电视大屏需求上扬，智能投影仪近些年也在消费市场上释放活力。兼具投影、音响及智能电视功能，通过算法和智能系统，使其拥有类似智能电视功能的智能投影仪，在便携性、画面尺寸等方面也更具优势，因此成为较多年轻人、租房族的\*\*。IDC数据显示，2022年家用投影仪出货量416.2万台，同比增长19.5%、销售额超135.4亿元，同比增长8.8%。AWE2023上，Vidda、酷开、当贝等厂商都展出了拥有其\*新技术的投影仪产品。Vidda激光投影Vidda C1S，不仅搭载着海信LPU三色激光引擎，色域更达到110% BT.2020，色准达到 E 0.9，可以媲美专业电影监视器的色彩表现。酷开带来的X3、X5、X7和C1四款投影仪，均有着酷开9.1智能操作系统，具备儿童模式、氛围模式、K歌模式等多种模式。当贝D5X Pro针对年轻人的喜好，推出了高颜值露营模式，可不受网络限制欣赏音乐，随意切换壁纸，更内置了诸多户外游戏，让人们可以尽情放松。其实，不止当贝，很多投影仪厂商都在AWE现场打造了露营场景。伴随露营从小部分人的爱好变为时下\*火爆的休闲方式，智能投影仪的使用场景也从居家延伸到户外，成为人们露营中影音娱乐、打造氛围的利器。而其产品不仅在色准、色域、降噪、音效等方面实现了进阶式升级，在影视、音乐、游戏等内容层面也越发“内卷”，是一台可以随身携带的“智能电视”。AWE就像一面可以探知未来的神奇魔镜，每一年都让我们看到未来生活可以达到的美好图景。透过AWE2023，我们不仅看到了电视这一传统大家电的新趋势、新价值，更感受到这一趋势背后所赋予生活的无限乐趣与质感。

2024上海家电展 AWE.中国家电及消费电子博览会

上海家电展、消费电子展、2024AWE、中国家电博览会、中国家电及消费电子博览会、厨卫展、家用电器展会、家博会、生活电器展，美容仪展、健康家电展，环境电器展，智能家居展、白色家电、黑色家电