

## 【專訪】三星如何透過革命性的電視陣容，為用戶打造超個性化世界



▲（左起）三星電子影像顯示事業部電視產品規劃暨客戶體驗團隊 - Taejin Hong 與 Woomin Lee

三星工程師與產品規劃人員每日齊聚一堂，致力打造突破性的創新產品。他們肩負著持續開創及推展技術的艱鉅使命，樹立全新標竿。

自 2017 年首次推出旗艦 QLED 量子電視起，三星產品規劃人員便提出源源不絕的創新構思，並攜手堅強的合作夥伴，為用戶打造客製化、如臨現場的觀賞體驗。

在三星蟬聯 15 年全球電視銷售冠軍之際，2021 Neo QLED 量子電視正是最能代表團隊技術創新的產品。三星新聞中心專訪三星電子影像顯示事業部電視產品規劃暨客戶體驗團隊的兩名成員 - Taejin Hong 和 Woomin Lee，揭開 2021 Neo QLED 量子電視系列的開發秘辛，

### 奠基洞察用戶的創新

Hong 表示：「消費者每年皆期待創新產品，然而電視產品的市場競爭十分激烈。市面上許多品牌推出的電視，尺寸不僅與三星相同，其所訴求的功能與解析度，亦與三星旗鼓相當；因此我們將用戶體驗優化視為 Neo QLED 量子電視的開發重點，以突破競爭重圍。」

因此，團隊採取「以人為本」的 QLED 量子電視開發策略。Hong 強調：「我們觀察到近期消費者需求出現巨大的變化；從以往側重規格和滿足需求，提升至個性化的觀賞體驗與設計，及栩栩如生的畫質。」

Hong 和 Lee 二人均強調，為實現此目標，用戶的真實意見與市場的即時回饋至關重要。Lee 表示：「為了解最新的電視趨勢，我們相當注重顧客、零售商和行為專家的意見與回應。2021 產品陣容因此聚焦於開發全新、以超個人化螢幕為核心的體驗，並呼應當前具挑戰且前所未見的新時代樣貌。」



## 於電視開發中注入新常態思維

近期的全球局勢，不僅徹底改變用戶與電視的人機互動模式，亦連帶影響電視產品的規劃執行。Hong 解釋：「過去，CES 和 IFA 等大型商展，是我們收集產業意見的絕佳機會；而面對面的銷售，則有助於獲得消費者的即時回饋。然而，自去年初以來，兩種機會管道均受影響；我們必須建立一套全新的內部會議系統，透過即

時、敏捷的方式，匯集各市場據點提出的當地回饋。此套系統整合供應商、合作夥伴、零售商與顧客等聯絡窗口，供團隊在瞬息萬變的局勢中，輕鬆地與全體第一線人員溝通。」

QLED 量子電視於 2017 年上市時，快速席捲頂級電視市場。去年，QLED 量子電視銷售量創下 779 萬台的佳績，占三星電視總銷量的 35.5%。而今年三月和四月，三星於各市場推出的 2021 Neo QLED 量子電視系列產品，亦為規劃團隊提供了寶貴的洞察資訊。Lee 表示：「Neo QLED 量子電視自上市以來，不到兩個月的時間，於韓國即創下超過 2 萬台的銷售量；充分說明市場研究與消費者即時回饋的重要性。」

當然，全新的工作模式雖充斥諸多挑戰，亦開啟另一扇機會之門。Hong 強調：「過去一年來，團隊與全球各市場的產品經理、零售商及工程師的會議通話次數，是過往的二倍以上。此外，團隊亦積極針對消費者不斷改變的電視使用習慣，展開既深且廣的調查研究。辛勤耕耘最終獲得累累碩果，儘管疫情使全人類面臨挑戰，但提供重新審思的寶貴機會，了解對三星與用戶而言真正重要之事。」

## 發揮團隊力量，看見趨勢、掌握未來

大尺寸電視儼然已成為消費主流，用戶對畫質要求亦漸趨嚴苛。面對近期電視與用戶行為趨勢的轉變，三星產品規劃人員需重新調整腳步，開發符合消費者個人生活型態的超客製化螢幕。

Lee 談到：「對很多人而言，過去幾年為一段自省的時期；在自我意識提升的拉抬下，全球掀起一波波的消費潮。根據 Salesforce 報告指出，50%的消費者表示，若產品無法提供真正的個人化體驗，他們會考慮更換品牌。」

但這股消費行為的改變趨勢，並未影響團隊的產品策略規劃。Lee 解釋：「自三星推出第一台電視以來，畫質與設計一直為產品規劃的核心。為滿足用戶瞬息萬變的使用模式，以及對個人化體驗的需求，我們在今年推出 2021 Neo QLED 量子電視系列。」

三星 43 吋 Neo QLED 量子電視，於此多面向思維下誕生。Hong 指出：「現今的產業趨勢顯示，消費者喜好多螢幕電視，因此團隊一開始並無打算開發 55 吋以下的 QLED 量子電視。經過一番研究，我們發現消費者對『第二台』螢幕的需求持續成長，且愈來愈多的個人化螢幕，已被廣泛運用於辦公室、家庭和遊戲等情境。」

根據三星研究，消費者愈來愈常待在家中的「新常態」，也加速消費型電視的多元應用發展，且小尺寸螢幕亦日漸受消費者關注。Lee 表示：「中小型螢幕需求有向上攀升的趨勢。然而，在開發較小尺寸電視的過程中，涉及的層面不僅為尺寸縮減；每一道工程皆須加以調整，以適應不同形態的機型。此外，從供應鏈到生產線，每項產品的環節皆需客製化。最後，在團隊的合作下終於成功達陣；從迅速聯合工程團隊，到開始研發預計於今年發表的較小尺寸旗艦機型 - 團結一心，齊力斷金！」



### 開發終極娛樂中心 - Neo QLED 量子電視

Hong 指出：「2020 年初起，團隊嗅到了振奮人心的另一項趨勢 - 愈來愈多的消費者，透過手機、電腦或電視投入遊戲行列。娛樂軟體協會（ESA）近期發佈的報告指出，美國的遊戲玩家預估已達 2.14 億人口，而 75% 的家庭中，至少有一人為遊戲玩家。」

Hong 強調：「疫情期間，電玩已成為蔚為風潮的團體活動，特別是渴望建立人際連結的玩家。因此團隊將這股趨勢列入最新產品的開發考量，為玩家打造獨一無二的遊戲體驗。2021 Neo QLED 量子系列搭載的多項功能，例如超寬電競螢幕比（Super Ultrawide Gameview）、全新的 Game Bar 遊戲工具列，以及於電視類別



中最低的輸入遲延等，即為遊戲玩家考量。」

針對 QLED 量子電視系列所標榜的遊戲功能，Hong 本身即為忠實的擁護者。他談到：「我個人很喜愛 QLED 量子電視的超寬電競螢幕比，可供玩家感受超廣視野提供的暢快體驗；其具備電視首創的 21：9 和 32：9 長寬比，讓玩家以更寬闊的視野掌控全局，輕易找出遊戲情境中的藏匿之物，或一眼看穿躲在角落的敵人。」

## 承襲三星一貫的卓越畫質與設計

Hong 和 Lee 二人深有同感，倘若沒有過去 15 年的顯示技術創新，便無法造就新登場的 Neo QLED 量子電視系列。Hong 強調：「若沒有三星於畫質與設計領域奠定的深厚底蘊，QLED 量子電視的創新功能和產品差異化策略，便無法成形。」

負責全球市場 QLED 量子電視使用研究的 Lee，亦認同此為影響消費者選擇的全球趨勢。他談到：「Neo QLED 量子系列，反映三星對用戶行為與重點需求的通盤研究。團隊了解消費者於選購新電視時，會有很多的考量因素；而三星電視的卓越畫質與時尚設計，最終突破重圍、獲得顧客青睞。」

Neo QLED 量子電視系列為三星卓越技術傳承下的最新力作。Lee 解釋：「三星 Neo QLED 量子電視其一亮點，為搭載量子矩陣技術 ( Quantum Matrix Technology ) 和 Neo 量子尖端智慧處理器 ( Neo Quantum Processors )，並透過先進的升頻技術提升畫質；當中的秘密武器即為量子 Mini LED - 大小僅為傳統 LED 的 1 / 40。Neo QLED 量子電視集產業新技術之大成，並徹底發揮加乘效果；為處於任何觀影環境的用戶，呈現無與倫比的絕美畫質。」

2021 Neo QLED 量子電視系列搭載的創新量子 Mini LED，為推動設計大躍進的靈魂角色。Hong 解釋：「唯有如此出色的畫質與身臨其境的音效體驗，才能真正提升電視設計。量子 Mini LED 的微型尺寸，供團隊得以修改電視的外型規格，實現輕薄簡約的設計。三星於工程領域的精湛技術，淬煉出此款百搭於任何空間的時尚之作。」

## 展望 2022 - 迎向未來

Lee 表示：「三星過去 15 年成功榮獲消費者青睞，並落實致力開發符合消費者需求產品之承諾。自 2017 年推出 QLED 量子電視以來，三星於高階電視的市佔率快速攀升，團隊亦以此為榮。」



Lee 指出：「奠基於 Neo QLED 量子電視締造的輝煌戰績，三星電視產品規劃團隊正摩拳擦掌，準備研發 2022 年的下一波革命性產品，將以一字排開的堅強陣容，再次驚艷世人。產品開發刻不容緩，團隊對 2022 年的電視陣容感到十分興奮，期待三星能連續 16 年蟬聯全球電視銷售冠軍寶座。」