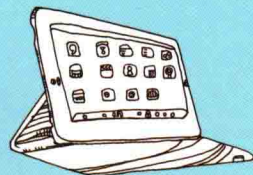
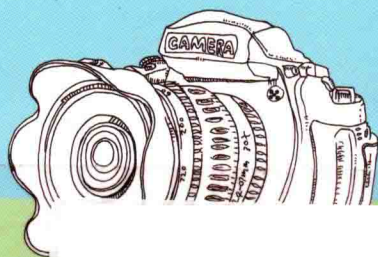
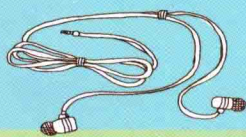
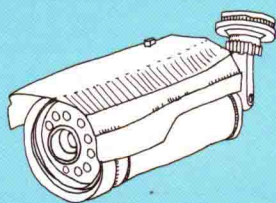
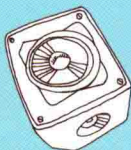
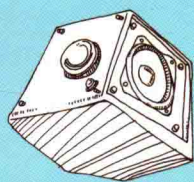


IT发条

那些让你心动的科技产品

韩磊 陈广伟 张晨◎编著

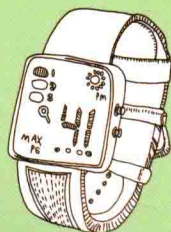
从喝水到出行，人与人之间的关联方式正在被科技产品所颠覆。



收集整理各类散落在全世界的具有代表性的科技产品。

耗时一年，由国内数位科技媒体编辑组成一支团队，

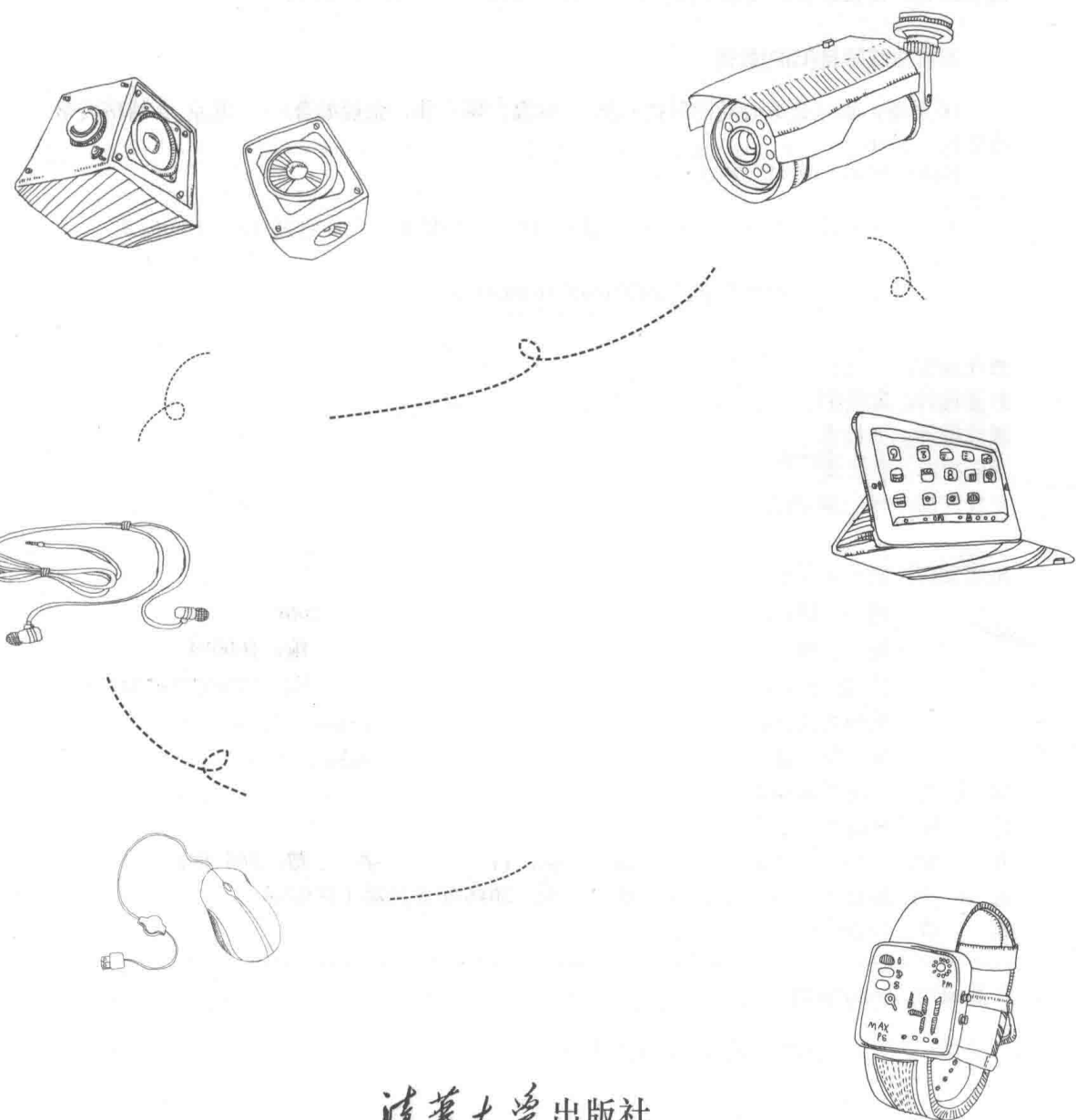
清华大学出版社



IT发条

那些让你心动的科技产品

韩磊 陈广伟 张晨◎ 编著



清华大学出版社
北京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

IT 发条：那些让你心动的科技产品 / 韩磊，陈广伟，张晨编著. — 北京：清华大学出版社，2016

ISBN 978-7-302-43522-8

I. ①I… II. ①韩… ②陈… ③张… III. ①高技术产业—研究 IV. ①F062.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 080970 号

责任编辑：张立红

封面设计：邱晓俐

版式设计：方加青

责任校对：李 安

责任印制：何 芊

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市春园印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：17 字 数：268 千字

版 次：2016 年 5 月第 1 版 印 次：2016 年 5 月第 1 次印刷

定 价：49.00 元

产品编号：068626-01



前言

科技改变生活，科技引领生活。我们的生活正在因为科技发生着天翻地覆的变化。抛开传统科技产品代名词PC带来的震撼，我们的出行、家居生活、穿戴、娱乐等每天都在变化，与昨天不尽相同。现在我们可以足不出户地购物，可以利用智能穿戴产品随时监控自己的健康……

没有人能清晰表述未来的生活将会变成什么样？但我们可以通过抓住市场中涌现出来的新产品、新应用、新概念，来贴近和憧憬未来的生活；通过展现2015年内日常生活各大领域涌现的新产品、新应用、新概念，引领认识未来生活。本书深入浅出，通过对这些新产品的描绘，发现方便、快捷、舒适、节能、环保仍是新产品设计的主旋律。当然并不是所有的新产品都能获得市场成功，有些新产品只能昙花一现。相信跟随本书的介绍，你定能抓住未来生活的轮廓。

因受作者水平和成书时间所限，本书难免存有疏漏和不当之处，敬请指正。

本书特色

1. 内容全面、丰富多彩、创意十足，完全激发读者的兴趣

本书既涵盖了日常生活中必需品如PC、手机、外设与配件、穿戴、家居、出行设备等，也包括正逐步走进日常生活的人工智能应用，如无人机、机器人等，引领读者去探究这些实物的发展变化特点。同时书中提到的各种新技术、新应用的出发点不尽相同，或从外形，或从功能，或从材质等，让读者意识到生活中的新奇想法均有可能成为现实，人人都能成为设计师，只是受限于

技术成熟，时间早晚而已！

2. 全文按照碎片化体系进行组织，尊重信息碎片化阅读习惯

本书介绍的各种令人心动的科技产品，都是按照碎片化体系进行组织的。这种体系既符合创意产品的特点，也尊重了目前信息碎片化阅读习惯，利用零散时间，就能汲取书中精华。通篇阅读下来，会发现方便、快捷、舒适、节能、环保仍是新产品设计的主旋律。

3. 作者评价大胆犀利、幽默诙谐，引读者回味和深思

针对每种新产品或新应用，作者基于对市场的独特了解，对其市场前景给予预判。这些评论大胆犀利，幽默诙谐。收留本书，读者可以等待市场反应的验证，也可以提笔留下自己的评论，留待未来一决雌雄。

本书内容及体系结构

第1章 风采依旧的PC

本章从台式电脑、笔记本电脑、变形本、平板电脑等角度阐述在该领域的新产品、新概念，指出这个市场虽然增速有限，但厂商仍在继续投入，PC逐渐褪去厚重的外形，并具有人性味觉感知能力。

第2章 百花齐放的手机

本章围绕消费者购买手机时考虑因素：操作系统、屏幕、外观、材质、内存、电池、影音影像、功能等方面，洞察主力厂商变幻风云，昔日巨人东山再起之作，新企业也欲分一杯羹。实力的提升也促使手机作为中国制造的典型代表走出国门，本章最后再次重申智能手机的比拼将从生产力提升至创新力。

第3章 独树一帜的苹果

本章通过分析苹果手机、苹果iPad、苹果电脑成功的产品，苹果随身听市场的萎缩、苹果手表、苹果耳机不成功的原因，让读者深刻意识到获得市场成功的来之不易。作为市场引领者，未来苹果将可能推出苹果汽车，并转身成为运营服务商，让消费者拭目以待！

第4章 无限沟通的外设与配件

本章通过展示显示器、打印机、硬盘、键盘鼠标、耳机、摄像头、保护套、手机壳、USB、自拍杆、电池、充电器等碎片化的新产品或技术，引领读

者领略外设与配件市场的发展趋势和应用新领域。尤其值得关注的3D打印技术已逐步在军事、配饰、医疗、美食、出行设备、穿戴等方面成功应用，将深刻地改变我们的世界，不亚于智能手机带来的影响。

第5章 革新理念的穿戴

本章重点描绘了鞋袜、服饰、眼镜、包包、配饰、手表等智能穿戴用品的应用领域，未来智能穿戴市场将像手机一样无处不在，智能穿戴产品将更加时尚、精准、平民化。

第6章 品味未来的家居

本章从家居生活的方方面面——大家电（冰箱、电视、洗衣机、空调）、厨房用品、洗漱用品、马桶、家具家居、音箱、玩具等全方位描绘了未来的家居生活，让读者提前品味到未来的家居生活，为未来的生活而心动！

第7章 别出心裁的户外与健康

本章呈现了不一样的户外用品、空气监测、健康美容、医学健康等方面的创意产品，随着这些产品进入大众家庭的步伐不断加快，更多的户外和健康用品将与科技进行跨界融合，适应更多的生活场景。

第8章 别具一格的出行设备

本章展现了具有新概念、新设计的汽车、自行车、摩托车、飞船、坦克、火车等出行设备，以及方便安全的出行技术和配件，三者结合将更好地服务大众生活。

第9章 赏心悦目的影音、娱乐

本章介绍了摄像机、照相机、航拍机、游戏、娱乐等方面的新产品、新技术、新应用，不论是硬件设施，还是娱乐内容本身，都实现大跨步发展，促使影像记录更加全景、随意，贴近生活。

第10章 幻彩生活的人工智能

本章重点阐述了人工智能的两大领域——无人机、机器人的应用和发展，无人机将从军用走向商用和民用，褪下神秘的光环；机器人正逐步从工业、警备领域全面渗透至日常生活中，将成为我们的生活陪伴，比如可以陪聊、陪取钱、喂饭等。

第11章 方便快捷的线上、线下

本章从购物、餐饮美食、租赁托管、出行旅游、快递服务、金融保险等方面展现了目前市场上出现的新奇实践和想法。但万变不离其宗，方便快捷是宗旨。

第12章 值得警惕的信息安全

本章从密码管理、用户许可证协议、隐私管理、Wi-Fi隐患、信息泄露、支付隐患、信息推送等方面揭示生活中存在的安全隐患，提醒我们在享受生活便利的同时，对信息安全也要保持一颗警惕之心，不要忽视那些不起眼的细节。

本书读者对象

- PC、手机、外设与配件、穿戴、家居、出行等行业相关从业人员
- 各企业的IT、市场营销、策划、创意人员
- 各大中专院校IT、设计、营销专业学生
- 对未来生活有兴趣的各类人员
- 对市场动态有兴趣的各类人员



目录

| | |
|---------------------------|-----------|
| 第1章 风采依旧的PC | 1 |
| 1.1 台式电脑 | 2 |
| 1.2 笔记本 | 4 |
| 1.3 变形本 | 7 |
| 1.4 平板电脑 | 8 |
| 第2章 百花齐放的手​​机..... | 11 |
| 2.1 操作系统 | 12 |
| 2.2 处理器 | 14 |
| 2.3 翻盖、滑盖、可折叠 | 16 |
| 2.4 屏幕 | 17 |
| 2.5 外观 | 19 |
| 2.6 材质 | 23 |
| 2.7 内存 | 26 |
| 2.8 厚度 | 28 |
| 2.9 识别技术 | 28 |
| 2.10 手机影像 | 30 |
| 2.11 手机影音 | 33 |
| 2.12 电池 | 34 |
| 2.13 功能 | 36 |

| | | |
|------------|------------------------|-----------|
| 2.14 | 档次..... | 39 |
| 2.15 | 粉丝手机..... | 42 |
| 2.16 | 新企新气象..... | 45 |
| 2.17 | 走出国门的中国企业..... | 47 |
| 2.18 | 发展趋势..... | 51 |
| 第3章 | 独树一帜的苹果..... | 55 |
| 3.1 | 苹果手机..... | 56 |
| 3.2 | 苹果电脑..... | 58 |
| 3.3 | 苹果平板..... | 60 |
| 3.4 | 苹果视听..... | 61 |
| 3.5 | 苹果耳机..... | 62 |
| 3.6 | 苹果手表..... | 64 |
| 3.7 | 苹果游戏..... | 66 |
| 3.8 | 苹果外设..... | 68 |
| 3.9 | 苹果发展策略..... | 69 |
| 第4章 | 无限沟通的外设与配件..... | 73 |
| 4.1 | 显示器、面板、机箱..... | 74 |
| 4.2 | 硬盘、移动硬盘..... | 76 |
| 4.3 | 键盘、鼠标..... | 78 |
| 4.4 | 3D打印..... | 80 |
| 4.5 | 耳机..... | 91 |
| 4.6 | 摄像头..... | 95 |
| 4.7 | 网络设备..... | 97 |
| 4.8 | 保护套、手机壳..... | 98 |
| 4.9 | 投影仪..... | 103 |
| 4.10 | USB..... | 104 |
| 4.11 | 电池、充电..... | 106 |

| | | |
|------------|----------------------|------------|
| 4.12 | 能量存储设备 | 109 |
| 4.13 | 自拍杆、自拍、摇杆 | 111 |
| 4.14 | 其他 | 114 |
| 第5章 | 革新理念的穿戴 | 117 |
| 5.1 | 鞋袜 | 118 |
| 5.2 | 衣物 | 121 |
| 5.3 | 眼镜 | 125 |
| 5.4 | 包包、皮带 | 126 |
| 5.5 | 吊坠、项链 | 128 |
| 5.6 | 手镯、腕带、手环 | 130 |
| 5.7 | 配饰 | 131 |
| 5.8 | 手表 | 133 |
| 5.9 | 其他 | 139 |
| 第6章 | 品味未来的家居 | 141 |
| 6.1 | 冰箱 | 142 |
| 6.2 | 电视 | 143 |
| 6.3 | 空调 | 145 |
| 6.4 | 洗衣机 | 146 |
| 6.5 | 音箱、音响、光盘 | 147 |
| 6.6 | 厨房用品 | 149 |
| 6.7 | 洗涮用品 | 151 |
| 6.8 | 马桶 | 153 |
| 6.9 | 桌椅 | 154 |
| 6.10 | 雨伞 | 155 |
| 6.11 | 杯子、水壶 | 156 |
| 6.12 | 灯具 | 159 |
| 6.13 | 玩具、游戏 | 162 |

| | | |
|------------|--------------------------|------------|
| 6.14 | 安全..... | 163 |
| 6.15 | 文具..... | 165 |
| 6.16 | 建材..... | 167 |
| 6.17 | 魔方、骰子..... | 169 |
| 6.18 | 固话、开关、电钻..... | 170 |
| 6.19 | 其他..... | 172 |
| 第7章 | 别出心裁的户外与健康产品..... | 175 |
| 7.1 | 户外用品..... | 176 |
| 7.2 | 空气检测..... | 179 |
| 7.3 | 健康美容..... | 181 |
| 7.4 | 医学健康..... | 184 |
| 第8章 | 别具一格的出行设备..... | 189 |
| 8.1 | 汽车..... | 190 |
| 8.2 | 自行车..... | 193 |
| 8.3 | 摩托车..... | 196 |
| 8.4 | 飞船、坦克、火车..... | 198 |
| 8.5 | 安全出行..... | 200 |
| 8.6 | 出行配件..... | 201 |
| 8.7 | 其他..... | 202 |
| 第9章 | 赏心悦目的影音、娱乐设备..... | 205 |
| 9.1 | 摄像机..... | 206 |
| 9.2 | 照相机..... | 207 |
| 9.3 | 航拍机..... | 211 |
| 9.4 | 电子阅读器..... | 212 |
| 9.5 | 游戏设备..... | 213 |
| 9.6 | 游戏..... | 216 |

| | |
|------------------------------|------------|
| 9.7 文体娱乐 | 218 |
| 9.8 其他 | 220 |
| 第10章 幻彩生活的人工智能 | 223 |
| 10.1 无人机 | 224 |
| 10.2 机器人 | 226 |
| 10.3 其他 | 233 |
| 第11章 方便快捷的线上、线下 | 235 |
| 11.1 购物 | 236 |
| 11.2 餐饮美食 | 238 |
| 11.3 租赁托管服务 | 240 |
| 11.4 出行旅游 | 241 |
| 11.5 快递服务 | 244 |
| 11.6 金融保险 | 245 |
| 11.7 招聘 | 246 |
| 11.8 其他 | 247 |
| 第12章 值得警惕的信息安全 | 249 |
| 12.1 密码管理、用户许可协议 | 250 |
| 12.2 隐私安全 | 252 |
| 12.3 Wi-Fi隐患、信息外泄 | 254 |
| 12.4 支付隐患、信息推送 | 256 |



第1章 风采依旧的PC

PC市场现如今增速虽然不如十余年前高，但依然有一定规模，仍有不少厂商在PC市场继续投入。在能够实现主流体验的前提下，科技的发展促使“厚重”已不再是主流产品的状况，同时也促使PC具有越来越多的生活味道。PC风光犹在！

④ 1.1 台式电脑

1.1.1 LG推出首款21:9曲面显示一体式PC

LG推出世界首款配备21:9超宽曲面显示器的一体式桌面PC - LG 29V950, 将曲面显示的概念从电视设备上扩展至桌面平台。极简风格的造型配备29寸超宽的21:9曲面显示屏幕, 使得该一体机十分具有视觉冲击力。同时LG还附赠Home Drive存储服务, 用户可以在移动设备上远程访问存储在设备上的文件。

LG最近争夺各项“世界之最”“首款”等噱头的脚步明显加快, 这款曲面一体式PC, 说实话并没有太大意义, 只是单纯地为显示屏附加一体化PC配置而已。不过, 还是能“骗到”很多小白用户的, 呵呵呵。

1.1.2 IBM: 有味觉的电脑你看怎么样?

IBM预言, 5年内智能电脑将具备人类味觉等5种感觉。据IBM估计, 到了那个时候, 电脑将更加了解周围的世界, 并懂得如何去理解不同的事物。IBM还提出了电脑要实现的5种人类才有的感觉能力, 也就是视觉、听觉、味觉、嗅觉和触觉。综合起来, 这5种感觉其实源于同一个大的概念, 即认知计算能力。电脑将越来越像人一样能去感受这个世界, 比如说具有认知能力的电脑在观看一幅画的时候, 将并不仅仅将其当作一组描述颜色的数据点、色素和线条, 相反, 它会将画当作整体来看, 并能够理解画所表达的含义。

让电脑有感觉, 起码我觉得5年内做不到。毕竟这是一个大工程, 5年有可能会让处理器更快、CPU更强、屏幕显示更厉害, 但人性化绝对还得需要一段较长时间。IBM, 虽然号称“蓝色巨人”, 但毕竟也不是“蓝精灵”啊……

1.1.3 史上第一台汽水散热电脑

总玩大游戏的人当然明白散热有多么重要, 有的时候风扇吹还不够, 但液冷又太贵, 液氮更是不靠谱, 怎么办? 其实有汽水就好啦! John Lawson对他们

本地的民族饮料Irn-Bru有狂热的喜爱，因此设计了Aye-Mac电脑。Aye-Mac和苹果Mac一点关系都没有，它是世界上第一台用Irn-Bru汽水来散热的电脑。Aye-Mac的创意就是那么简单粗暴，作者用一瓶750毫升Irn-Bru饮料瓶作为水箱，为此特制的水管带着这些“冷却液”流遍机箱内部。John Lawson花了一年时间来打造这台电脑，然后将它放在了自己电脑修理店的橱窗上，还吸引了不少人。值得说明的是Aye-Mac里的这些“冷却液”并不全是Irn-Bru汽水，作者坦承说原版饮料太黏了，不好流动。

在DIY已经沦落到被很多人忽略的当下，还是有很多狂热分子孜孜不倦地玩着DIY的游戏，真心佩服他们的折腾劲儿！

1.1.4 MODECOM FreePC发布，如口袋大小

MODECOM发布一款名为FreePC的袖珍电脑，机身尺寸小到可以随手放入裤子口袋。用户在使用时，需要配备HDMI接口显示屏、键盘和鼠标。该FreePC体积是U盘的4倍大小，拥有1.83GHz四核Intel Atom处理器、2GB内存和16GB存储空间，预装Windows 8.1操作系统，支持Wi-Fi、蓝牙4.0、USB 2.0、OTG，能够驱动1080P画面。FreePC将吸引特定类型的企业用户，这些用户需要访问云应用或在旅途中使用一个熟悉的Windows环境进行演示。FreePC目前在亚马逊上销售，零售价格159.99英镑（人民币约1541元）。

一千多块钱配个随身电脑主机，看起来也是蛮划算的，对于商务用户来说，作用巨大。可惜对于宅男来说，啥用都没有！一千多块也能配个不错的家庭用主机了，玩玩LOL（英雄联盟）啥的都足够了！

1.1.5 外形超萌的乐高小盒子，里头是电脑

但凡DIY机箱，都是朝着炫酷风格走，不过偶尔返璞归真一下效果会更好，比如说这个乐高版机箱。大神Mike Schropp的这个用乐高积木搭成的作品，里头装着所有电脑硬件。整个“机箱”尺寸仅为19×19×14cm，非常小巧，但是连风扇都有！乐高电脑外形诱人，但一谈到钱就伤感情了：999美元（人民币约6469元）起售，基础版配置为Intel i3-4360、8GB内存、120GB SSD和Intel HD4600显卡，真是微妙的配置呢。

大神就是大神，知道乐高爱好者实在是多，就造出这样的产品来吸引眼球。而且999美元起售的价格绝对是暴利！但正所谓有钱难买心头好，乐高迷的钱包再次瘪了下去……

④ 1.2 笔记本

1.2.1 NEC推779g最轻13英寸笔电

日本NEC个人电脑部门发布2015春节全新笔记本电脑产品阵容，其中称之为NEC LaVie Hybrid ZERO的笔记本电脑令人印象非常深刻。在重量方面NEC称其是全球最轻的13.3英寸笔记本电脑，其中HZ550的整机重量只有779g。NEC表示，“ZERO”解释为追求“零重力”，也是自家“轻薄”笔记本电脑的标准。外壳部分采用最佳的材料和制造方式，以减轻壳体的重量。HZ550分辨率为2560×1440 像素，硬件包括Core i5 5200U处理器、4GB内存和128GB SSD。HZ550零售价为169800日元（约人民币8925元）。

凡是挂上“最”这个字的产品，就没有便宜的！HZ550单从硬件配置来看，也就和神舟两三千的笔记本差不多，但既然打上“全球最轻”这个标签，价格就立刻高大上起来。差不多9000块的价格，还是买苹果即将推出的12英寸Macbook划算。

1.2.2 LG推出14英寸Ultra PC 仅重980g

LG宣布推出数款电脑新产品，其中一款自称是世界上最轻的14英寸Ultra PC——14Z950，重980g，仅为3个苹果的重量。该机采用14英寸全高清IPS屏幕，机身采用优质金属，并具有压花和照射图形的外壳。LG这款Ultra PC 13.4mm厚，续航时间为10.5小时，采用Intel第五代酷睿处理器和Wolfson高保真音效芯片。另外，LG也推出一款13.3英寸产品，型号13Z940，与14Z950重量相同，也是980g。它和14英寸版本颜色不同，其他配置基本相同。

LG现在积极争夺各种“世界之最”：最轻的笔记本、超强修复能力手

机、首款高通骁龙810处理器手机、最牛的曲面显示器……只是这么多“世界之最”，看起来还是有点苍白无力，不能让LG一飞冲天——毕竟都不是革命性变化。

1.2.3 神舟两款战神新机发布：售价最低39999元

神舟“全球最强游戏本”GX9 PRO以及GX9 PLUS正式发布，售价简直闪瞎眼：战神GX9 PRO：39999元；战神GX9 PLUS：49999元。配置方面和之前公布的完全一致，GX9 PRO和GX9 PLUS都采用台式机版的Intel第六代酷睿、Skylake顶级i7-6700K处理器、Z170主板芯片组、32GB DDR4内存，配备17.3英寸4K屏幕（分辨率3840×2160）。它们的区别在于，GX9 PRO搭载的是GTX 980显卡（没有M后缀），内置512GBx2 SSD；而GX9 PLUS采用的是两块GTX 980M，组建SLI，同时硬盘扩充到1TBx2 SSD。在公布售价的时候，神舟还和其他品牌的顶级型号进行了对比，毫无疑问，GX9 PRO和GX9 PLUS是目前配置最强的笔记本产品。

原本神舟给人的印象就是“价格屠夫”，总是将价格压到市场最低，没想到突然冒出四五万的笔记本，实在是让人刮目相看。当然，按照神舟一贯的节奏，就算价格是四五万，依然是最具性价比的笔记本产品。只是花这么多钱去买一台笔记本，还真不是一般人能承受起的啊……

1.2.4 微软1TB版Surface Book开始预订：售价约2万

微软在发布Surface Book时宣布将推出1TB固态硬盘的型号，现在这种型号已经可以预订，但价格不便宜。该型号配置为酷睿i7处理器、16GB运行内存和专用显卡，售价高达3199美元（约合人民币2万）。微软网站在介绍该电脑时称，这款13.5英寸的Surface Book是旗舰版，是完全媲美笔记本电脑的可变形平板电脑，将成为笔记本电脑未来的发展方向。该产品配备分辨率为3000×2000的PixelSense触控屏，安装Windows 10 Pro系统，重量为3.34磅（约合1.5公斤），并提供Surface Pen触控笔。但此产品需要7~8周才能收到货，因此，消费者在购买前需要三思。