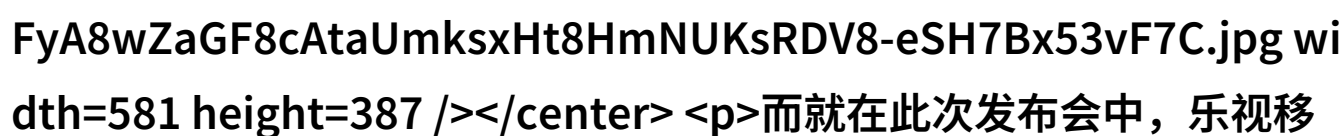


乐视二代手机销量破400万台 CDLA或成

2016年6月27日，乐视在北京召开以“声音的”为主题的发布会。在现场宣布了国际著名钢琴家李云迪担任CDLA形象大使，并成立CDLA产业联盟。其中哈曼国际、Fiil知名硬件厂商以及阿里音乐、库客音乐、荔枝FM、唱吧、喜马拉雅内容平台参与其中。工信部电子工业标准研究院主任、全国音视频标委会秘书长张素兵博士给予了极大的肯定还表示：CDLA标准有可能成为全行业的标准。

乐视二代手机销量破400万台

一个月前，乐视召开“千万里程碑”发布会宣布乐视手机开售一年销量突破1000万台，而在4月份单月和6月1日-18日期间，乐视手机销量双双突破200万台，对于一家新晋手机厂商来讲，是一份令人惊艳的答卷。



而就在此次发布会中，乐视移动营销传播部总经理柳志卿又一次宣布新的消息，乐视二代手机自4月26日发售短短两月，销售已经超过400万部，而与之搭配的CDLA耳机也售出82万条，并且目前仍处于供不应求的状态，正在加紧备货满足用户的购买需求。

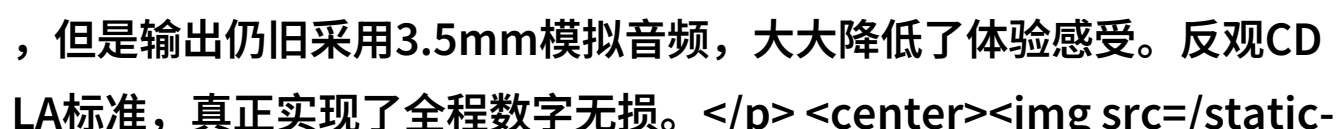
乐视第二代手机作为全球首批采用CDLA标准的智能终端得到了中外厂商及媒体的关注，甚至有些业内人士感叹，苹果在生态模式方面逐渐效仿乐视，难道在音频技术方面也要学习？

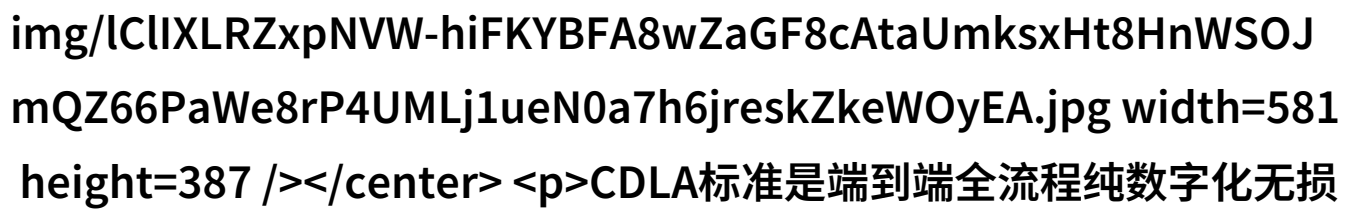
CDLA助力乐视二代手机达四成

值得一提的是，通过用户数据调查显示有四成用户因为CDLA而选择乐视第二代手机，这个调查显示还非常令人出乎意料，作为一个全新的音频标准为何迅速得到行业的认可和用户的倾爱？

在“声音的”发布会中，不少嘉宾都认为，现在音频产业发展瓶颈并非在音乐创造、应用方面，而是在技术上。当前，大多音乐提供高品质音乐，但是输出仍旧采用3.5mm模拟音频，大大降低了体验感受。反观CD

LA标准，真正实现了全程数字无损。



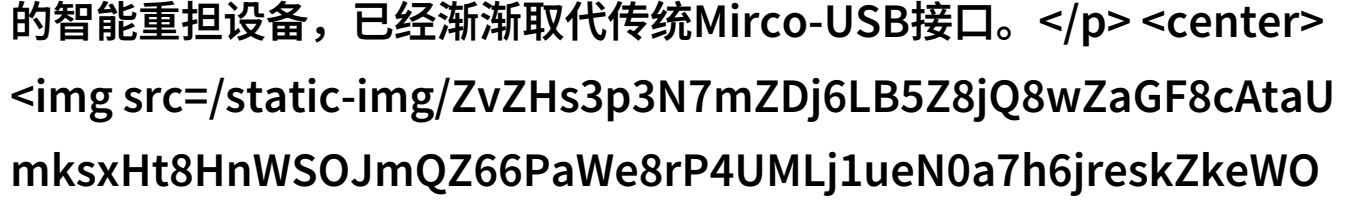
 CDLA标准是端到端全流程纯数字化无损音频解码标准，基于此标准，为用户提供全流程纯数字化无损音乐体验。方案中包含Type-C全数字化无损音乐手机和CDLA耳机。其优势于避免了传统3.5mm模拟音频架构的种种缺陷，实现了纯数字化。从手机端开始直到USB Type-C 耳机，最低支持96K/24bit采样率，该音频是CD音质数据量的3.3倍，细节比CD更丰富。

CDLA或将成为全行业标准

以上我们可以看到，CDLA标准不仅仅在技术领先，为用户带来了更加极致的音乐体验，未来可发展空间也是巨大的，进一步实现智能化、数字化和生态化。发布会中，工信部电子工业标准研究院主任、全国音视频标委会秘书长张素兵博士给予CDLA极大的肯定还表示：CDLA标准有可能成为全行业的标准。

毫无疑问，CDLA面世仅仅两个月便得到了用户、硬件厂商、内容平台及音乐人的认可，并且成立CDLA产业联盟，初步形成了生态闭环的趋势。在未来，随着内容资源的增多、硬件产品的丰富以及高品质低门槛的趋势，CDLA必定将会得到用户、厂商、内容平台的认可。

不过，行业标准的建立、实行、推广不仅仅依靠单纯的技术实力，还需用得到很好的推广、认可及用户量。比如，在乐视手机初次使用Type-C接口时就有着广泛质疑，但是随着乐视手机畅销及用户认可，一年以后已经有许多手机、笔记本厂商跟进，推出了Type-C接口的智能重担设备，已经渐渐取代传统Micro-USB接口。

 再看CDLA，乐视发起成立CDLA产业联盟，不仅提供专利合作及技术标准，还联合标准机构、知名硬件厂商参与其中，并且还邀请国际著名钢琴家李云迪作为推广大使，进一步让更多的用户了解、熟知CDLA。此外，乐视手机二代2个月销量超400万，随着产能增加将会有更多的用户使用到乐视二代手

机，并感受到CDLA带来的出色音质。

目前，乐视已经对CDLA在硬件厂商、内容平台、标准机构、音乐人等广泛合作，逐渐形成CDLA的生态闭环。此外，依靠乐视二代手机产品优势进一步促使更多用户体验，CDLA推广大使李云迪也将助力CDLA在更专业的领域获得认知。由此看来，CDLA产业逐渐明晰，成为行业标准也许只是时间问题。

[下载本文pdf文件](/pdf/1084-乐视二代手机销量破400万台 CDLA或成行业新标准.pdf)