

Nowości ze świata KI

Tomasz Karasiński

14 października w warszawskim hotelu Polonia Palace odbyła się konferencja prasowa firmy Marantz. Zaprezentowano na niej najnowsze produkty i plany na przyszłość.



Tego typu spotkania nie są niczym niezwykłym, ale tym razem możliwość pokazania nowych urządzeń nie była najważniejsza. Prawdziwym powodem zorganizowania tej konferencji było przejście marki pod skrzydła nowego dystrybutora.

Oficjalnie Marantz zmienił polskiego reprezentanta na początku października. Od razu ogłoszono pełną gotowość serwisową i przedstawiono listę kilkudziesięciu autoryzowanych sklepów. Uruchomiono także stronę internetową po polsku.

Na początku skupiono się na statystykach sprzedaży. Ciekawie wygląda sytuacja Polski na tle innych krajów europejskich. Podobno kryzys nas nie dotknął, ale słupki obrazujące procentowy udział poszczególnych krajów w ilości sprzedanych urządzeń Marantza pokazywały coś innego. W ostatnim roku było to tylko 2,1 %. Ambicje firmy są większe, dlate-

go konferencję potraktowano bardzo poważnie.

Specjalnie na tę okazję do Warszawy przyjechał Ken Ishiwata. Przed rozpoczęciem prezentacji skorzystałem z możliwości zadania mu kilku pytań i rozwiania wątpliwości na temat relacji między Marantzem a Denonem. Obie firmy należą do koncernu D&M, podobnie jak McIntosh i Boston Acoustics. Odbiorcy mogą się zastanawiać, czy produkty obu marek nie stają się takie same. Ishiwata odpowiedział, że zdecydowanie nie. Wszystkie marki w ramach holdingu działają niezależnie, a ich działy projektowo-badawcze nie są ze sobą powiązane. Istnieje jednak centralna jednostka, w której powstają podstawowe podzespoły wykorzystywane później przez trzy firmy (Boston Acoustics, jako producent kolumn, rzadko korzysta z tej pomocy). Jeżeli na przykład kilka firm zgłasza zapotrzebowanie na trans-

port do odtwarzaczy CD, zlecenie trafia do centralnego działu projektowego. Po jego opracowaniu każda firma może korzystać z gotowego podzespołu. Nie mówimy jednak o projektowaniu całego odtwarzacza. Inżynierowie w centralnym dziale projektowym zajmują się tylko podstawowymi elementami. Reszta jest w rękach konstruktorów Marantza, Denona lub McIntosha. Dzięki temu zachowano charakter każdej z firm. Nie ma możliwości, aby całe wnętrza odpowiadających sobie urządzeń Denona i Marantza były takie same. Obie marki mają rywalizować ze sobą w coraz mniejszym stopniu dzięki mocniejszemu podziałowi obowiązków. Denon ma pójść bardziej w stronę kina domowego, a Marantz – w kierunku stereo.

Swoją część prezentacji Ken Ishiwata zaczął od podróży w czasie. Historia zaczęła się w 1948 roku, kiedy na rynku pojawiły się pierwsze płyty LP. Cztery lata później Saul B. Marantz założył własną firmę i zaprezentował swój pierwszy produkt – przedwzmacniacz Consolette. Aby przenieść uczestników spotkania w tamte czasy, Ishiwata sięgnął po nagranie z 1956 roku. Nie wiem, co dokładnie miał udowodnić odsłuch na systemie KI Pearl Lite połączonym z monitorami Boston Acoustics, ale mnie skłonił do wniosku, że technika nagraniowa była w tamtych czasach niewiele gorsza niż obecnie. Brzmieniu niczego nie brakowało. Pojawiła się nawet romantyczna otoczka, którą kojarzymy ze wzmacniaczami lampowymi i głośnikami z najlepszych lat BBC. Słuchając takiego nagrania, nietrudno sobie wyobrazić, dlaczego Saul Marantz poszedł za ciosem i zaprojektował przedwzmacniacz 7C, końcówkę mocy 8 i monobloki 9. Takie nazewnictwo przetrwało zresztą do dziś, a wskaźniki wychyłowe umieszczone w podświetlanych okienkach stały się jednym ze znaków rozpoznawczych firmy.

Kiedy w 1980 roku Marantz został przejęty przez Philipsa, w historii japońskiej firmy rozpoczął się nowy rozdział. Ken Ishiwata zapamiętał pierwszą wizytę Holendrów. Naj-

większym problemem było dla nich to, że Japończyk nie miał przypisanego oficjalnie stanowiska. Ludziom pracującym w wielkim koncernie nie mieściło się to w głowach; trzeba było mu nadać jakąś funkcję. Zapytali więc, czym się zajmuje. Gdy odpowiedział, wciąż nie wiedzieli, jaki tytuł z korporacyjnej hierarchii mu przydzielić. Każdy przecież musiał być menadżerem albo młodszym/starszym zastępcą innego menadżera. Ponieważ Ishiwata wykonywał wiele różnych zadań, znalezienie dla niego tytułu do wydrukowania na wizytówce przeszło pracowników Philipsa. Wynajęli więc zewnętrzną agencję, która po tygodniach harówki znalazła rozwiązanie. I tak sympatyczny Ja-

pończyk został mianowany ambasadorem marki, a jego dokumenty wreszcie można było wsunąć do odpowiedniej szufladki.

Historia ta nie jest zupełnie bez znaczenia. Pan Ishiwata traktował ją dość poważnie. Pan Ishiwata traktował ją dość poważnie. Pan Ishiwata traktował ją dość poważnie. Sposób, w jaki dziś funkcjonuje, narodził się właśnie za czasów Philipsa.

W kontekście powyższego nikogo nie zdziwiła prezentacja rynkowych trendów i planów na przyszłość. Sposób projektowania urządzeń i strategia rozwoju została przedstawiona na wykresach tak skomplikowanych, że nie chciałbym być z nich przepytany na egzaminie dyplomowym. Naj-

systemu 15 – odtwarzacz CD i wzmacniacz zintegrowany w cenie 8995 zł każdy. Dla mniej zamożnych amatorów stereo przygotowano komplet 6004. Wzmacniacz pozbawiono układów scalonych, zastępując je elementami dyskretnymi. Źródło wyposażono w nowy tryb pracy Audio EX, gniazdo USB, dyskretny wzmacniacz słuchawkowy, obwoły HDAM i HDAM-SA2 oraz przetwornik c/a Cirrus Logic CS4398. Cenę każdego ustalono na 2195 zł.

Do małych urządzeń z serii Melody dołączy amplituner z odtwarzaczem Blu-ray. M-ER803 będzie kosztował aż 4495 zł, ale wygląda na to, że wiele potrafi. Jeśli chodzi o odtwarzanie plików, Marantz wyraźnie skupia się na funkcji Air Play. Jedyny w ofercie odtwarzacz sieciowy potrafi jednak przysłać pliki z komputera lub dysku NAS. Należy dodać, że mówimy tu głównie o formatach bezstratnych.

Zaprezentowane przez Marantza pomysły i produkty nie są rewolucyjne, ale



Wzmacniacz i odtwarzacz KI Pearl Lite – jedno z najlepiej sprzedających się produktów Marantza.



Limitowane „piętnastki” z zewnątrz nie różnią się od podstawowej wersji. Zmieniło się wnętrze.



Nowości z linii budżetowej – wzmacniacz PM6004 i odtwarzacz CD6004.

lepiej rozwijające się produkty to urządzenia z serii Melody, najnowsze amplitunery AV, elementy systemu KI Pearl Lite, wszystkie modele przeznaczone do współpracy z iPodem oraz sieciowy odtwarzacz NA7004, który wyraźnie hamuje popyt na odtwarzacze CD. W związku z tym Japończycy chcą wprowadzać coraz więcej urządzeń umożliwiających słuchanie plików.

Audiofilów najbardziej zainteresują dwie nowości. Pierwsza to limitowana wersja

w branży hi-fi chyba nikt czegoś takiego nie oczekuje. Nastawienie się na odtwarzanie plików dawno przestało być postrzegane jako kontrowersja. Dobrze, że firma wprowadza te wszystkie unowocześnienia nie tylko w kinowych amplitunerach, ale także w urządzeniach dwukanałowych.

Sposób prowadzenia prezentacji przez Kena Ishiwatę dawał do zrozumienia, że najważniejszymi modelami są dla niego właśnie wzmacniacze i odtwarzacze z limitowanej serii 15 S2, KI Pearl Lite i 6004. Stereo wróciło na dobre. ■



Wykład Kena Ishiwaty, czyli muzyczna podróż w czasie.