

三星引领平板电视进入“智能”新时代

具备开放式平台操作系统的智能电视(Smart TV)以前所未有的姿态集中亮相2011年CES展会,蝉联5年全球电视销量冠军的三星也高调发布了Smart TV系列产品,智能电视到底具备哪些特征呢?

娱乐互动化 三星给力智能电视

“三星在智能电视环境中的角色是为消费者提供更多选择和操控性。”三星电子影像显示事业部总裁尹富根在CES上发表主题演讲时如是说。三星Smart TV系列配备了最新开发的智能中心(Smart Hub),用户在不同的硬件产品间通过电视实现数据的即时交互,无论是流媒体视频内容还是游戏等娱乐内容都能与家人朋友一齐分享。

而D6600系列以上具备的网络浏览器(Web Blower),轻松通过电视浏览网络,真正实现了电视与互联网的深度对接和互通,将电视机的拓展性大大增强。使用者通过全项搜索(Search All)功能,可以更方便地在电视、电脑和移动设备,甚至网络(具备网络浏览器)中搜寻想看的内容。

全高清3D电视 成就消费主流



中国电子商会消费电子产品调查办公室数据显示:3D电视消费者

购买时始终对画质表现出最高的关注度,这也是影响消费者购买决策的最关键因素。本着这一需求,全高清3D电视势必引领2011年平板消费潮流。

针对目前市场上在售的两大类3D电视产品——快门式及偏光式3D电视,权威测试结果显示:快门式3D电视图像清晰度能够达到1080线全高清效果,而偏光式3D电视的分帧显示技术使得3D画面垂直清晰度减半,仅达到540线的标清标准。除此之外,主动快门式技术能更好地保证2D画面的分辨率和亮度;而偏光式技术需要贴上偏光膜,降低屏幕的亮度,同时增加了耗电量。故快门式3D电视因具备3D效果逼真、视角范围广等诸多优势被多数国际主流厂商追捧,成为主流消费首选。

目前,三星2011年新品平板电视已经陆续登陆中国。三星的重新定义使电视成为智能家庭娱乐中心,同时也必将引领电视行业进入综合性娱乐的新时代。



1. 权威、专业、及时、准确,洛陽手机报由洛陽日报报业集团精心打造,萃取本地、国内、国际新闻资讯,时尚实用,服务贴心。
2. 洛陽手机报本地新闻资讯内容丰富,总量占到了60%以上。

定制方法:

移动用户发送短信 LYD 到 10658300 订阅,3元/月,不收GPRS流量费。
联通用户发送短信712到10655885订阅,3元/月,不收GPRS流量费。

八方乐器城隆重开业

2011年3月22日,八方乐器城开业信息发布会在我市召开。来自河南省音乐家协会、郑州歌舞剧院、河南大学、洛阳文学艺术界联合会、洛阳师院以及各类音乐培训机构的单位领导出席了本次会议。

八方乐器城是一家由河南八方电器控股,以销售乐器为主的有限责任公司。公司成立的目的是要建立一个全新的和卖场相结合的开放式营销模式,为消费者

提供一个产品稳定、丰富、价格合理、售后完善的购物环境。

八方乐器城主要经营:电声乐器、民族乐器、铜管乐器、键盘乐器、打击乐器及西洋乐器等六大品类3000个品种以上的乐器产品。公司引进了雅马哈、罗兰等80多个世界一流知名乐器品牌,另外,店内还设有图书、音像、乐器配件等相关产品,可以满足爱乐人士的不同需求。

(小宁)

家电精彩语录

“我认为品牌信徒的构建有两个方面,其中一个信任感并不是出现在交易的过程之中,在产品都趋于稳定的情况下,价格手段才是吸引购买的主要因素。为什么选择了美菱产品的消费者一定会成为美菱的品牌信徒?这是因为信任感是产生于无利益交割的后销售时代。”王勇总结称,“如果你买了美菱冰箱产品,从质量信用、服务信用、保修信用都无需承担风险,那么选择了美菱产品,你还担心什么呢?”

——《美菱冰箱:用品质服务打造忠诚的品牌信徒》

点评:美菱希望通过“品质服务”建立忠实顾客群,打造“品牌信徒”。从“冰箱十年免费保修”到“先行赔付”,美菱在“品质服务”这条道路上一步步前行,尽管前方的路还很远,但美菱的真诚,让我们相信这个勇于创新敢于尝试的企业是能做到的。我们也希望“品质服务”能够引起行业更多品牌的关注与参与。

2011年两会的议案中,董明珠写道:“中国制造业如果不能掌握核心技术,不能自主研发技术,就会变成一个纯粹的加工厂。对于格力来说,正是因为我们有自己的技术,不依赖别人,使得我们这个品牌得到了提升,而且在金融危机那一年我们的利润税收增长了45%。由此可见,自主创新对中国的发展是至关重要的。”

——《格力电器董明珠:专业化靠的就是核心技术》

中国家电协会副秘书长陈钢指出,家电企业的非理性过度承诺很多时候就是一个“温柔的陷阱”。虽然能得到暂时的销量增长,但是也会给企业带来巨大的负担,一旦不能兑现,将会彻底失去消费者的信任。因此在大多数情况下,这种过度承诺不仅对消费者是不负责任的,对企业来说也是短命的行为。

——《家电业超长包修期乱承诺 行业龙头呼吁规范》

“其实部分中高端冰箱产品的售价由于种种原因要明显高于它自身的价值”,业内专家直言,近两年,中高端冰箱存在严重的价格虚高现象,一些消费者反映自己花三五万元买的高端冰箱,在功能和品质上与其他品牌三五千元的产品非常接近,“冰箱消费市场的现状不容乐观,相关部门的管理介入非常必要”。

——《高端冰箱产业鱼龙混杂 价格虚高成投诉热点》

点评:对于超长承诺,各界人士观点各不相同。一诺千金,贵在践行,不是说注水承诺消费者就会买账。因为不管是10年还是12年,家电产品的寿命一般也就是5到10年,超过10年就应该进入报废期了。超长期包修承诺、零部件终身包换,神马都是浮云,不如马上兑现来的实在,还是少说空话多做实事的企业比较给力。

——《高端冰箱产业鱼龙混杂 价格虚高成投诉热点》

点评:消费者花大价钱买回了所谓的高端冰箱,抽屉却一摔就碎。中高端冰箱的价格虚高、质量差和特价促销陷阱已经成为我国冰箱行业的诟病,其中的原因很多,希望相关管理部门加强整顿。我们呼吁一个货真价实的冰箱品牌,能够站出来引领冰箱行业健康发展。

(家电网)

