

数码
家电



3D技术是彩电业面临的又一革命性技术,记者近日获悉,海信将于十一前推出XT39系列智能3D LED产品,这个系列是目前海信最高端旗舰产品,也是行业内首批“智能电视”,将成为划时代的最新3D LED产品。

海信再出猛招 推出全球首批3D智能电视

据海信方面介绍,海信智能电视的技术支撑点来源于:海信智能电视基于强大的蓝擎平台和HiTV OS智能操作系统,目前电视行业内尚没有此类综合性能如此强大的智能3D LED产品。此前谷歌也曾宣布将开发基于谷歌Android操作系统的智能电视,不过发布期却一直延后。据了解,所谓智能电视是指像个人电脑一样,具有独立的操作系统,可以由用户自行安装、卸载软件、游戏等第三方服务商提供的程序,电视功能不断扩展,并可以实现广电网、通讯网、互联网三网接入的产品。

【特色卖点】

智能TV: 智能电视是指像个人电脑一样,具有独立的操作系统,可以由用户自行安装、卸载软件、游戏等第三方服务商提供的程序,功能不断扩展。并可以实现广电网、通讯网、互

联网三网接入的产品。

Web浏览器: 全面支持W3C标准,可以直接浏览包括新浪、搜狐、网易、腾讯等门户网站在内的各种互联网网站。浏览器采用直接连接互联网模式,不需要中间服务器的支持,用户体验与电脑上使用IE浏览器来浏览网页几乎相同

2D转3D: 借助海信强大的蓝擎处理器,无需蓝光DVD等其他外部设备即可实现在不同通道下的高清3D全解码。使普通家用电视机也能实现将2D画面转3D的震撼效果。

NGB全模一体机: NGB即“下一代广播电视网”核心目标即广电网、通讯网和互联网三网融合。海信NGB全模一体机是根据国家现实情况开发的兼容广电网、通讯网和互联网多种接入方式的全兼容三网融合终端。

快报记者 王多

»相关链接

预订惊喜一:

即日起至9月30日 预交200元现金,购海信智能电视XT39系列,即可得海信19英寸液晶电视一台,更有机会获赠LED电视。

预订惊喜二:

即日起至9月30日,预交定金200元,购海信40英寸、42英寸K16系列LED数字电视一体机即可获赠进口法国高档红酒礼盒一份。



空调行业进入 “比拼功夫时代” 奥克斯战略转型力推品牌塑造

今年以来,国内家电行业中创维邀请歌坛巨星周杰伦代言、美的再度牵手巩俐、格力则力邀成龙演绎“好功夫”,8月7日,奥克斯闪电签约李连杰,邀请其担当品牌形象代言人,一系列事件印证了家电巨头们构建品牌竞争力的体系大幕正悄然拉开。

摒弃“娱乐行销”,注重品牌塑造

奥克斯负责人表示,选择李连杰作为品牌形象代言人,不是出于以眼球效应为出发点的娱乐行销目的,而是看中了李连杰身上所独具的国际影响力,以及投身社会公益事业的责任感,这与奥克斯多年来所坚持的“健康战略”、“企业社会责任”、“品牌提升推动行业升级”等理念非常吻合。

奥克斯明星代言并非首次,早在2002年,奥克斯曾签约国足“神奇教练”米卢,拉开了奥克斯在国内空调业品牌化扩张的序幕。而这次携手李连杰,奥克斯将在公益慈善、社会责任、产品推广等层面展开立体化的宣传合作,由此也拉开了奥克斯从渠道驱动型向品牌驱动型的战略升级大幕。由此可见,奥克斯的战略目标已经开始从扮演行业“黑马”,向着进军市场“领头羊”迈进。

相信品牌力量,影响整个行业

刚刚经历过世界金融风暴考验的中国家电企业,从来没有像今天这样感到构建品牌竞争力的紧迫性。即将开始的“十二五”更是中国家电业从制造向创造升级的关键时期,品牌竞争已成为支撑家电企业健康、可持续发展的重要力量。

“一个人的力量很小、一度电的节能很少、一棵树的绿色很浅,但小付出总能汇聚大力量”。近年来,全球影视巨星李连杰在拍戏之余,更多地参与社会公益和慈善事业的发展,并坚信一个人的力量可以影响一群人,一家企业的品牌实力也会撬动整个行业的变革。

近年来,奥克斯秉承“以人为本、诚信立企”的企业精神,积极推动企业的品牌战略转型。通过构建以品牌为核心,覆盖技术创新、市场营销、产品布局、售后服务等诸多环节上的立体化品牌战略布局,实现了“从品牌的一步领先到行业的步步领先”的全面转变。

当前,国内空调产业的竞争,已经从最初的价格战、概念战、促销战等单一手段的较量,向以产业链竞争为内容的综合实力较量转变,而品牌

竞争力则成为整个产业链博弈中的突破口。奥克斯负责人强调,“未来,我们还将产品研发、品牌推广、海外扩张,甚至包括社会公益事业等方面,与李连杰展开更为广泛、更为密切的合作,通过强强联手打造最具影响力的品牌,从而为中国家电品牌的全球化扩张探路。”

变频战略引导,系统发力合进

“战略先导、系统作战”,是近年来支撑奥克斯在国内空调市场快速崛起的重要力量。2010冷年启动初始,中外企业围绕变频空调的新一轮升级战日益加剧,而奥克斯也首次高调对外披露了“变频空调年销量100万的起点目标”,通过新冷媒R410A、3级能效、180度正弦波三大核心技术,全面打响国内变频空调市场的变频升级战,并以“真变频+真功夫”的李连杰代言,掀起新一轮的变频空调品牌营销的高潮。

空调行业观察家张彦斌指出,经过20年的积累,10年的跳跃式发展,中国空调业现存的品牌个个均称得上是行业翘楚、功夫之王。因此在成熟的产业环境中,把握“中国制造”向“中国创造”转型的历史性机遇,打造独特的品牌竞争力,推动企业综合竞争力的再度提升,这已成为奥克斯今后发展的战略突破口。

多年以来,奥克斯在行业发展和市场竞争过程中,确立了以健康战略为导向,以产品、营销、渠道、服务为基本支撑点的品牌系统战略,确立了品牌在企业发展中的战略核心地位,更突出了以产业链体系来推动品牌建设的独特路径。去年,奥克斯还实施了健康“减行动”,提出了“减能耗、减污染、减价格、减库存”等六项举措,在“企业、合作伙伴、用户、员工”之间搭建了一个利益共同体,将品牌建设深入到整个企业发展的各个系统中。

“奥克斯已经踏上了产业转型的节奏,找到了品牌竞争力的突破口,未来,我们将继续坚持系统竞争力体系的建设,积极主动地参与市场竞争,开拓中国空调产业转型的新模式”奥克斯负责人如是说。

快报记者 沙辰

“佳能小记者训练营” 在世博会拉开帷幕

近日,“佳能小记者训练营”在世博会育乐湾佳能影像乐园拉开了帷幕。参加营地训练的数十位小朋友通过专业老师的特训之后担当起“佳能小记者”的职责,在活动现场捕捉各种新闻瞬间并打印出片,再通过老师的点评与指导获得宝贵的职业技能体验。通过这个体验活动,让这些孩子感受到先进的影像技术给人们带来的视觉震撼和优美的影像生活。佳能为上海世博会会场内的育乐湾项目提供赞助。在育乐湾的所有25个职业体验馆中,以“影像生活起航啦”为主题的佳能影像乐园是孩子们非常喜爱的一个场馆,在这个

场馆中,孩子们不但可以感触到作为摄影师的职业特点,还能通过培训掌握基本摄影打印技巧,体验拍摄打印的全过程,感受影像生活所带来的欢乐。佳能有限公司副总裁美野川久裕先生表示:佳能希望通过育乐湾这个平台可以帮助孩子体验心仪的职业,坚定自己对未来的信念,并且在体验的过程中能够快乐地体会、实践、发掘生活中的点滴感动,也希望通过这个体验地,让更多的少年儿童感受到影像的吸引力,学会利用影像科技产品,最终在生活中成为一个优秀的记录者。

快报记者 徐勇

中秋
特辑

Hisense LED 专家

海信智能3D LED
超越视听 智见未来

海信智能电视基于强大的蓝擎平台和HiTV OS智能操作系统

预订惊喜一:
即日起至9月30日 预交200元现金,购海信智能电视XT39系列,即可得海信19英寸液晶电视一台,更有机会获赠LED电视

预订惊喜二:
即日起至9月30日,预交定金200元,购海信40寸、42寸K16系列LED数字电视一体机即可获赠进口法国高档红酒礼盒一份;
另还可获赠海信液晶电视一台

www.hisense.com 服务电话: 4006111111