



随着数字消费概念日益深入人心,照片打印已逐步从商业办公向个人消费扩展。照片打印最大的特点就是它具有家庭趣味性而且方便快捷,可以根据人们的需求打印出来各种有趣的家庭数码影像照片,而不仅仅限于与单纯的传统影像照片相同的输出效果。随着照片打印机产品自身的逐渐完善,如今消费者足不出户就可以在家中直接进行各种打印操作,只需要几分钟就轻而易举地打印属于自己的数码照片。

□快报记者 徐勇

家庭照片打印受青睐

数字消费日益深入e生活

家庭照片打印正在成为流行

照片打印作为一种个性化的、娱乐性的、便捷的消费方式也逐渐被家庭用户所认可和接受。就在几年前还少有人提及的“打印照片”这个概念,如今却风靡全球。有一份国外的研究报告称,在美国有81%的人愿意购买数码相机,并在家里打印数字照片。而在中国,这一市场发展趋势正在蔓延。

随着家庭照片打印机市场的不断扩大,佳能、联想、惠普、爱普生、三星等多家厂商已经推出了多款家用照片打印机产品。但数码照片“只拍不打、多拍少打”成为当前家庭用户的主流消费行为。对家庭用户来说,利用打印机打印照片是一项比较常用的功能。在家里打印照片不仅省去了去冲印店来回奔波送取照片的麻烦,同时自己DIY打印也是一件比较有趣的事。为了能让用户体验到自己打印照片的快乐,打印机厂商也推出了各自的妙招,或是为自己的产品增加了特色功能,或是推出了专门的打印照片服务,让用户打印照片更快乐,打印内容也更丰富。

喷墨照片打印机会成领导者

未来喷墨照片打印机将成为家用市场的领导者,而佳能不仅具备领导行业的技术优势,并且其DC/DV部门在消费电子市场也有长期的积累,为开拓家用打印机市场奠定群众基础。佳能中国区总裁小泽秀树先生认为:“未来10年,中国的打印机市场将成长10倍以上,而这其中家用消费的比重将会

日益增加。”正因为此,在全新的战略中,家用消费成为了佳能打印机下一阶段的重头戏,鼓励数码相机客户在家打印成为了彼方未来工作的重点。他还表示,佳能打印机事业部将善用相关资源,以获得更多家庭客户为重点工作目标,加强喷墨打印机在中国市场的销售。“为此,我们将推出更加多样化的促销手段和更加周到的售后服务,当然全新的代言人也将是我们占领消费市场的一个重磅炸弹。”小泽秀树说。他同时承诺,未来,佳能将每年针对消费市场推出新品打印机,以丰富的产品线,协助渠道占领消费市场。但是要实现在家打印,不仅需要出色的产品,高性价比、优质的耗材也是决定成败的关键。为此,佳能在新推出的10款新品上使用了6色分体式墨盒,同时增加一支灰色墨水。分体式墨水的优势无需赘言,而灰色墨水的加入,将明显提高照片的锐度和清晰度。

高清视频也能打印成照片了

现在的数码相机都增加了高清视频短片拍摄功能,可以令人们很方便地拍摄视频,但是视频拍摄的缺点就是不便于分享。分享视频必须要有笔记本电脑等播放设备,比较不方便,尤其是对习惯了照片拍摄的用户来说,分享高清视频还会觉得很习惯。日前,佳能在上海举行了秋季打印机新品发布会,邀请功夫巨星成龙作为佳能新品代言人,并提出了“照片,就要打出来”的口号,如何把视频也“打”出来,佳能提出了自己的方法——高清短片打印技术。

据介绍,高清短片打印技术(Full HD Movie Print)是佳能针对本品牌影像输入到输出不同产品线之间的无缝影像解决方案,具体来说,利用佳能品牌数码相机拍摄的,分辨率达到1920×1080的全高清短片和1280×720高清短片,可以使用佳能喷墨打印机进行全高清短片打印。

全高清短片打印作为影像输出解决方案,为用户提供了强大而全面的应用软件,帮助用户便捷、高效、优质地把全高清短片打印成照片。用户可以通过应用软件,轻松简单地捕捉自己喜爱的短片画面,并将精彩鲜活的瞬间打印出来,分享给朋友家人。同时为保证高品质的打印效果,对于截取出来的画面,软件还提供降低噪点和增强分辨率的功能,大大提高了短片在高感模式拍摄下的照片输出品质。

》记者手记

照片打印是现在家用打印机的一个卖点,现在的大部分数码相机都具备视频拍摄功能,一台数码相机还可以作为数码摄像机来使用,在有些场合,比如观看精彩的演出,用户更喜欢用摄像功能记录下来,但是后期分享又希望得到一些瞬间照片,佳能的视频打印功能就能很好地满足用户的这一使用需求。但是目前佳能视频打印功能只适合佳能的单反相机,有点遗憾。不过不管怎么说,视频打印还是一种技术进步,也许会带动更多人拍摄视频的热情。

(上接C37版)

“动”态策划

“e品团购”

无论是手机,还是音箱或者数码相机,凡是你所需要的数码产品,在e时代都可以以极其优惠的价格购买到。从7月中旬开始,e时代凭借与厂家的独特资源,以超低价为读者组织到一批市场热门数码产品货源,让消费者在享受实惠的同时,更提高了版面的互动性与服务性。



“e起互动”



在提倡体验式消费的今天,让消费者近距离地接触最

时尚的IT数码产品,感悟IT产品的方方面面,不仅可以帮助消费者提前了解产品性能,更能很好地提高与读者之间的互动性。从索尼nex-5相机的体验,到iPhone、联想乐Phone、iPad的品鉴,从不满20岁的学生族,到白发苍苍的耳顺老人,那颗追求时尚的心,在瞬间,都被俘虏。

IT品牌大比拼

纵观2009年,手机市场风云变幻。在原有的打电话、发短信、拍照片等基本功能外,2009年的手机又新增添了不少元素,如具备导航功能、适合女性使用、上网更加快速、文件处理更加人性化……在手机消费非常旺盛的当下,e时代特别推出的手机评选为消费者购买手机提供了很好的参考。该栏目除了版面互动,更与全省百万读者在手机上进行彩信互动,通过短信投票的方式让受众都能参与其中。

快报记者 徐勇 俞婷



2010上海世博会生命阳光馆爱心合作伙伴 sunrain 太阳雨太阳能

热烈祝贺《现代快报》创刊11周年

太阳雨太阳能

为全球100多个国家和地区提供太阳能热水解决方案

sunrain 太阳雨太阳能

■太阳雨,1999年从20万元起家,而今,产品远销全球,品牌更是全球最大太阳能热水器及热水系统;中国太阳能热水器产业领导者;太阳雨,专业从事太阳能热水系统应用产品研究、生产和销售的高新技术企业,产品远销全球100多个国家和地区。

现代快报

银都广告 Yidu Advertising

祝贺现代快报创刊11周年