

# 厨电业的“耳鼻之战”

## 静吸油烟机已达图书馆级静音标准

酷暑的厨房时光着实有些煎熬,不仅要忍受油腻还要忍受恼人的噪音,强力吸烟的同时保持安静?两者得兼,可能吗?是否有一种方法可以实现双赢呢?纵观眼下厨电产品,“高效静吸”的吸油烟机成了消费者关注的焦点。



### 改进拢烟进烟,让鼻子满意

记者在采访中了解到,方太将行业内不太关注的吸油烟机整体过程进行梳理,界定为三个阶段:拢烟、进烟、排烟。通过对整体排放过程的分析,方太发现鼻子的困扰主要发生在拢烟、进烟阶段,炒菜时逃逸的油烟是鼻子最讨厌的东西。方太特别设计出130mm纵深缓冲式集烟腔,纵置双叶轮设计,前后双进风口,就像给吸烟机的“大鼻子”装上双通道,前后进风比3:1,越接近使用者的“鼻孔”越多吸。配合“宽域”进风口设计,高效拢烟、高效进烟,油烟被全部吸进吸烟机的“大鼻子”,让使用者的“小鼻子”从此不再皱眉头。

这样一来,通过对拢烟、进烟的改进,方太并没有增大电机动力,耗费更多能量,就实现了鼻子的满意。

### 将油烟理顺,让耳朵满意

但是耳朵仍然认为吸油烟机的声音太喧闹,只有自己受苦实在糟糕。

方太发现,耳朵的主要烦恼是在烟道中横冲直撞的油烟紊流。为了让油烟规规矩矩安静跑路,方太设计了全封闭的“静流弧”外罩,将烟气前后分流,不给油烟乱窜的机会,大大减少紊流,降低噪音。同时更设计了一个油烟的“内增压”通道,给通道内的油烟加压加速,让油烟在公用烟道环境下,有力突破阻碍,快速通过。

但是方太空气动力学实验室的专家并不满意,他们从鹦鹉螺的完美螺线获得启发,发明了“鹦鹉螺畅吸风道”和“变R涡舌”,将风道中还不听话的“油烟单人组”理顺成遵守纪律的“顺流小分队”,顺着鹦鹉螺线切线方向排出,油烟不再捣

乱,耳朵也不再苦恼。

可是现在,唯一的麻烦成了发动机,它是这台“时速160码的劳斯莱斯”中唯一的噪音。方太像“劳斯莱斯”一样不会止步,所以方太也决定采用与劳斯莱斯同样的解决方案—100%原厂设计的电机,与整机保持高度的适配。独有的纵置电机确保整机重心始终在一条轴线上,确保轴承长期平稳宁静运转,不再给耳朵“添麻烦”。

方太“高效静吸”科技可以让吸油烟机的整机运行噪音低至前所未有的48分贝,在实验室里,这可是达到了国家图书馆级的静音标准。

方太“高效静吸”科技一经推出,就获得了业内的高度认可,它最大的价值不在于其目前优于同行的出色性能表现,而是在于其为整个吸油烟机行业的下一代发展给出了一个极具远见的发展方向。



## 今年暑促主打三张牌

今年的暑促虽然没有太多新意,依旧围绕“新品、特价、买赠”三招,但消费者仍乐此不疲抓住这样的购买良机为自己添置各类产品。

**降价** 记者昨日从宏图三胞了解到,为了迎接今年的暑促,卖场早已提前备货,并与厂商携手加大促销力度。尤其是在今年的笔记本暑促方面,联想、惠普、索尼、宏碁、华硕等在内的各大品牌都有不少款型的产品出现

大幅度降价,在卖场记者更是看到了某品牌打出了“2999元暑促特供机型”的广告。

**新品** 今年的暑促,降价已经不是唯一选择,各品牌也纷纷推出新品来加入暑促大军。

宏图三胞卖场一位销售人员告诉记者,今年暑期ThinkPad Edge系列推出了不少的新机型,定位于喜欢时尚的年轻用户。“由于ThinkPad原本定位于商务人士,因此价格的波动并不明显。但

新系列与原本产品定位有较大不同,偏向娱乐、游戏功能,所以对学生和白领一族比较有吸引力。

**赠送** 购买数码产品已经成为一种刚性需求,因此,各卖场也纷纷推出买赠活动。销售人员称,“比如买指定款的笔记本,加1元就可获得一定价值的别的产品,或者就像ThinkPad趁着《变形金刚3》的上映,就赠送含变形金刚概念的旅行箱、保温瓶等。”

快报记者 俞婷 徐勇



## 入世10年影响世界 国产冰箱创造“秒杀”销速世界最快

从2001到2011,转眼间,中国入世已经整整10年。十年间,中国自身发生了巨大变化,同时也带给世界无可复制的影响。海尔就是在这个10年中作为中国最早走出去的民族制造业品牌,在优质的土壤中茁壮成长,实现了全球化布局,并成为世界上增长速度最快的品牌之一。

目前,海尔在全球已经拥有29个生产制造基地和19个海外销售公司,依托这一全球化网络海尔能够准确把握全球消费需求的变化,并根据这些变化整合全球优质资源,从而能够比其他品牌更快地满足市场需求。同时,海尔还在全球设立了8大综合技术研发中心,整合欧美日等发达国家的技术与设计专家,构建了完善的工业创新体

系,为海尔家电产品的长效创新发展提供了根本保障。

据家电协会数据,2010年海尔冰箱实现中国销售量和中国出口量共计1665万台,按照卖场每天营业12小时计算,在中国及出口区域成功销售一台的时间只需0.95秒,如果算上海尔遍布全球的生产基地及海外基地的本土化销售,海尔冰箱可谓实现了名副其实的“超级秒杀”。如果纳入海尔集团丰富的全产品线,数字更是可想而知。这些数据都在证明,海尔冰箱正在被遍布全球的消费者争相“秒杀”。也正是不断地被全球消费者选择,海尔因此通过自己的产品影响到了世界人民的生活。

快报记者 王翌羽

## 位置云实现从云到端 “中国位置”改变世界

7月28日,合众思壮“中国位置 从云到端”2011技术发布大会在国家测绘地理信息局召开。在本次发布会上发布了首次实现跨平台、跨网络、跨行业的位置云典型技术minisun4.0和全球第三、我国首个实现商用广域高精度数据增强服务系统的iPPP,上线了“中国位置”云平台,标志着位置云的“云+端”体系初步建成。

位置云就是“云+端”。合众思壮技术总监强晓春表示,“云”即“中国位置”平台,是基于云计算技术的位置服务后端平台,负责智慧思考与智慧决策像大脑。“+”即

“MiniSun”是驻留在终端的软件中间件,负责智慧传输与智慧反馈像神经系统。“端”即“定位终端”是各类带有定位能力的智能产品,负责智慧感知和智慧执行像感官与四肢。位置云现阶段的实施策略就是“云+端”,以“产品切入、服务跟进、平台整合”的商业模式快速积极推进。

专家表示,发展位置服务市场,核心难点是技术的落地和应用。拥有多行业自主品牌和最大客户群的合众思壮很早就认识到了这一难题,并顺应产业发展趋势,肩负起了领航“中国位置”的重任。

快报记者 俞婷

## 腾讯与TVB开启全面战略合作

近日,全球第一大华语商营电视TVB正式宣布与中国最大互联网公司之一——腾讯公司开启全面的战略合作。这是TVB首次与中国互联网公司建立战略合作伙伴关系。作为开启此次合作的重要之举,TVB旗下的香港电视广播互联网有限公司将与腾讯微博携手,利用腾讯iWeibo系统搭建

TVB的专属微博平台,打造连接数以亿计微博用户的社交平台。新版tvb.com微博正式启用后,不仅数百万微博用户可以通过腾讯微博账号直接登录,与TVB旗下知名艺人“亲密接触”,同时,TVB大量电视节目内容也将通过微博平台,快速传递至全球观众。

快报记者 俞婷

# 云媒体电视零距离接触 市民体验电视新看法

刚刚上线的云媒体电视成为最近南京的热门话题。8月1日起,南京市首批2000名体验用户陆续用上了云媒体电视,概念化的“三网融合”将以崭新的云媒体电视形态飞入寻常百姓家,为用户提供前所未有的电视使用体验。千呼万唤始出来的云媒体电视揭开面纱之际,记者走访了首批体验用户家庭和南京有线云媒体电视体验厅,对云媒体电视进行了零距离深度体验。

体验过程中,云媒体电视五花八门的新功能令记者应接不暇。打开云媒体电视,不仅可以点播想看的内容,自由回看三天内节目随意快进快退;按按遥控器,就能查询交纳水电煤气费,为手机充值;在超大的电视屏幕上浏览网页、在线购物、联机对战;甚至可以一边看电视,一边进行视频通话……云媒体电视以其智能化、互动化、个性化的使用体验,从各方面完全颠覆了对电视的传统概念和认知。

### 云媒体电视的全

比起传统电视,云媒体电视功能众多,看、听、用、玩一应俱全,可谓全方位、全业务。云媒体电视的核心特征是“聚合”,实现视频服务、

通讯服务、互联网服务在电视屏幕上的全面聚合。云媒体电视借助电视机这一最常见、使用频率最高的家庭显示终端,将视频业务、语音业务、互联网业务汇聚呈现在电视屏幕上,缔造全新媒体形态。

在南京有线云媒体电视体验厅,工作人员向记者演示了通过“电视互联网”浏览新闻,通过“电视阅读”翻看各类报刊书籍,快进快退看电视。记者动手尝试了用“可视电话”面对面通话,还在线缴纳了水电费。“云媒体电视”首批推出了频道、高清、点播、万事通、商城、娱乐、阅读、互联网、营业厅等9大功能板块,囊括电视互联网、电视阅读、可视电话、电视游戏等一百多项业务。

借助云媒体电视,人们将真正实现一机多用,电视读报、听广播、看电影、浏览网页、查询信息、缴费支付、电视购物等。“云媒体电视的媒介互动、互补、互融特性,从根本上颠覆了传统电视的概念和模式,将真正使用户实现从‘看电视’到‘用电视’的转变。”江苏有线工作人员表示。

### 云媒体电视的专

“云媒体电视”在业务方面表现为大而全,而针对每个用户则表现为个性化的细分服务。在媒介融合的探索过程中,曾经有这样一种认识和实践的误区:往往只强调“聚合”、“融合”,而没有意识到这种“合并”不是要取消差别。就“云

媒体电视”的实践而言,在聚合带来足够丰富、庞大的信息资源库的基础上,以个性化服务对内容进行合理选择与细分。

通过“云媒体电视”,打造用户个性化的电视,可以说每家的电视看到的东西都不相同。用户可以设定最中意的界面风格,为电视换个“主题”;可以在电视营业厅便捷地订购喜爱的频道;生日或纪念日云媒体电视屏幕上会送上祝福;点播栏目“我的空间”使用户便捷地保存收藏的节目,未看完的节目也自动保存在里面;节目联想、频道联想功能,帮助用户搜索可能感兴趣的同类节目;用户通过机顶盒的USB接口,还可以上传照片,在电视上创建自己的家庭相册。

云媒体电视功能繁多但并不杂乱,而是根据用户需求 and 媒介融合技术,提供丰富的服务内容 and 传播渠道。在云媒体电视平台上,用户被赋予了电视的控制权,定制专属自己的电视样态,随心所欲看电视、用电视成为现实。

### 云媒体电视的简

“云媒体电视有这么多功能,一开始真怕不会用呢,没想到还挺简单的。”家住鼓楼区的陈阿婆幸运地成为云媒体电视首批体验用户,她高兴地向记者演示通过遥控器“上、下、左、右、确定”这五个键轻松体验网上冲浪。65岁的陈阿婆兴奋地

说:“云媒体电视让我这个老太婆也会上网啦!”

“人机智能互动”是云媒体电视最显著的特点之一。打开云媒体电视,呈现在用户眼前的不再是单一的频道节目播放,而是一个交互式的菜单。首期上线的近百种业务,经过科学的规划,分门别类归于九大板块之中。采用了智能十字坐标设计理念,将所有业务人口集中在一个界面,用户只需用遥控器点击相应的图标,即可进入相应的业务。在工程技术和系统设计上都彻底贯彻“用户体验至上”的创新原则,专注于用户的想法和需求,保证操作的简洁方便,实现了丰富的内容和便捷的操作的完美结合。

云媒体电视研发小组副组长占亿向记者介绍:“我们设计操作界面的一个最基本的要求就是,用户最多经过三级操作,就能进入到任意一个业务。”对于这种高科技含量的产品,云媒体电视却能实现“傻瓜式”操作,兼顾了内容的丰富和操作的便捷。

为方便用户,云媒体电视还筹建了帮助平台“零频道”。用户在使用过程中遇到困难,只需按遥控器上“0”键,就可转到“零频道”内相应的帮助页面。

### 云媒体电视的惠

从消费者角度而言,用户体验至上意味着既要充分考虑用户的需

求,又要考虑用户的承受能力。对于用户关心的资费问题,据记者了解,“云媒体电视”资费将按照南京数字电视普遍服务原则,新增的业务无论是自主研发的,还是借助社会力量合作开发的新业务,大多数都是免费的。少数业务参照国际上有线数字电视资费体系建设经验,适当收取新增增值业务资费,资费定价标准走平民路线,让普通市民都能看得起、用得起“云媒体电视”。

云媒体电视上线之后,传统的视频业务资费更加优惠,如“专业频道全家福”产品包,涵盖所有的近50个专业频道,内容涉及影视类、探索类、体育类、财经类、新闻类、教育类、生活类等等,订购价格由原来的43元/月,下调至20元/月,仅需要原来一半不到的费用就能开通所有的专业频道。点播板块引进了更多丰富资源,不少点播资源可免费收看。

南京有线负责人告诉记者,在云媒体电视建设伊始,新推出的各项应用就被定位为“大规模、多元化、零利润”,意即业务惠及用户工作、生活的方方面面,但并不以此作为“盈利的增长点”。

云媒体电视以科技、服务、真诚和责任为用户体验保驾护航,以全业务的产品解决方案,满足用户多样化收视需求。“云媒体电视”的成功上线,标志着三网融合时代的美好数字生活终于开始了。

徐勇