



### 三星GALAXY Note II 发布

三星日前正式推出GALAXY Note系列第2代产品——三星GALAXY Note II, 不仅采用更大的5.5英寸屏幕, 性能也提升至四核1.6GHz主频、2GB RAM的水准。配备多项革命性的功能, 包括S Pen, 同屏多任务处理及更加方便的分享功能; 屏幕更广阔的GALAXY Note II 为用户提供更宏大的想象空间, 它将释放每一位用户无限的潜能和创意。

三星GALAXY Note II 也将人性化体验放在了首位, 除了独具

开创性的S Pen手写笔和超大屏幕外, 更是具备智能手机中前所未有的多项创新功能, 包括浮窗预览、画中画播放以及典型的Multi Windows多屏多任务运作模式, 这些功能将极大地简化操作步骤, 让用户无论在娱乐、创作还是工作时都能享受前所未有的便利与高效。据悉, 三星GALAXY Note II 将在中国推出WCDMA、CDMA和TD-SCDMA三种3G制式的版本, 未来还将有双卡双待版本推出。

现代快报记者 徐勇

### 用友获中国IT用户满意度十五项奖

作为亚太本土最大的管理软件公司, 用友公司在与众多国内外知名IT厂商的竞争中脱颖而出, 一举摘下2012中国IT用户满意度调研中“管理软件用户满意度第一”“ERP软件用户满意度第一”“ERP软件产品满意度第一”“ERP软件服务满意度第一”“财务软件用户满意度第一”“HR软件用户满意度第一”“CRM用户满意度第一”“集团管理软件产品满意度第一”“集团管理软件服务满意度第

一”“中小企业管理软件用户满意度第一”“中小企业管理软件服务满意度第一”以及“全面预算管理软件产品满意度第一”等十二项大奖, 此外用友集团成员企业畅捷通信息技术股份有限公司荣获“小微企业管理软件用户满意度第一”, 用友集团成员企业北京用友政务软件有限公司荣获“公共财政管理软件用户满意度第一”和“行政事业财务管理软件用户满意度第一”三项大奖。

徐勇

### “协同创造价值”全国巡展掀管理思潮

日前, 中国最大的协同软件产品研发、营销、服务及解决方案提供商, 连续七年位居“中国协同管理软件市场占有率第一”的致远软件在宁启动了“协同创造价值——第二届中国协同应用大赛优秀成果巡展”南京站活动。

据了解, 致远软件今年推出的“第四代移动办公解决方案”是业内第一个将先进的移动产品和“云+端”的模式相结合的办公解决方案, 拥有业界最先进的移动办公应用, 将协同办公、HR、财务、采购

等企业内部应用带入移动终端, 能给使用者带来30秒的高效办公体验, 帮助管理者利用好碎片时间, 对企业进行管理。在满足企业应用的同时节省70%以上的成本, 只要有iPhone、iPad、E人E本及其他Android系统的任何智能设备, 就可以实现随时、随需办公, 让企业管理进入 Anywhere、Anywhen 的自由时代, 只需登录一个协同办公系统, 所有办公轻松搞定, 让你的工作永远快人一步。

现代快报记者 俞婷

2012年最后一个黄金假期结束了, 然而长达八天的假期并没给家电圈一份黄金成绩单。“十一”黄金周历来是家电销售的高峰, 今年又恰逢中秋国庆“双节”同至, 加上出台不久的补贴新政, 家电品牌对这个黄金假期寄予厚望, 但事实上这些利好并未带火今年国庆黄金周家电销售市场。但记者从卖场、品牌等多方了解到, 尽管成绩差强人意, 相比于一贯强势的日韩系家电品牌, 国产家电算是打了个漂亮仗, 此外, 高端家电的热销成了焦点话题。

□现代快报记者 王翌羽

# 高端家电“火”了 日系家电遇“冷”

## 火 国产家电迎来春天?

虽然国庆“双节”家电消费市场并未如愿出现井喷的销量增长, 但可喜的是, 家电销售升级换代、电器消费市场呈现中高端产品大放异彩的趋势不减, 尤其国产家电的中高端产品线, 甚至比往年国庆时势头更猛。像海尔、格力、美的等中高端产品依然是消费者大家电的首选对象。比如海尔的卡萨

帝系列产品、水晶洗衣机, 价格堪比欧美和日韩品牌, 但高价并未吓退消费者, 不少新婚夫妇乃至中年消费者都对其青睐有加。

此外, 格力U系列超薄空调、美的银河系列变频空调等也有抢眼表现, 上述产品具备靓丽的外观设计以及出色的性能, 且在央视等媒体上均有高

频度的广告播放, 在消费者心目中形成了稳定的高端形象。

对此业内人士表示, 国产家电发展至今, 技术和产品都不比欧美和日韩品牌差, 尤其中高端产品线, 而国产品牌特有的扎实的售后服务体系更是这些洋品牌无法实现的, 消费者对国产家电的认同更让国产家电人有了底气和信心。

## 冷 日系家电已入冬?

不难发现, 在大家电卖场主推产品中, 国产品牌占据半壁江山, 以往处于行业领军者位置的日系品牌已然进入寒冬, 不但宣传低调, 仍在销售的日系品牌促销员也多数不会主动推销, 以免引起消费者的抵触心理。另外, 不少商家调整了商品陈设的位置: 将有明显LOGO的日系家电产品放在国产品牌后面, 也有些悄悄进行了暂时下架处理。

销售人员表示, 眼下主推的都是国产品牌和其他合资一线品牌, 除了单反尚有些“不可替代”的意味, 日系品牌最近购买

的顾客很少, 彩电、冰箱和小家电都很明显。而多数消费者也表示, 目前不会选择日系家电产品, 一方面是因为日系品牌普遍价格高, 性价比差; 另一方面是受“钓鱼岛事件”影响, 并且日系家电都有相应的替代品。

对此业内人士表示, 即使没有钓鱼岛事件, 日系家电也渐进寒冬, 这与近几年日资企业的“苦日子”不无相关, 在经历了2008年全球金融危机以及2010年3月的东日本大地震、2011年泰国洪水等一系列的打击后, 特别是在日元过去三年升值40%的情况下, 日本的消费电子巨头

在全球彩电市场节节败退。中国市场本是这些日本企业重新崛起的基石, 以夏普为例, 2011年中国市场的销售收入占到其海外收入的46.7%, 过去几年夏普也是中国所有外资彩电品牌中表现最为稳定的领军品牌, 在松下、东芝、日立等日系企业因为策略失误基本上淡出中国市场的情况下, 夏普仍是日系品牌在中国市场的标杆。但刚过去的黄金周, 最新数据显示, 日系品牌的整体下滑幅度超过40%, 其中日系品牌销量最大的企业同比下滑幅度更是超过50%。

# 阿里斯顿FLAT MECH平板电热水器开启全新洗浴时代

欧洲百年热水专家阿里斯顿日前为广大消费者带来了一款颠覆视觉的经典之作——阿里斯顿FLAT MECH平板电热水器, 不仅外观上融入了流线型的超薄时尚设计元素, 而且内在功能上更为广大消费者带来了超强的便捷体验。

## 超薄平板身 彰显现代家居时尚风

阿里斯顿FLAT MECH平板电热水器传承乔布斯苹果产品的设计理念, 将平板的时尚美感完美展现, 与现代家居的简约时尚风格完美融合为一体。同时颠覆性的27厘米厚

度更是用事实证明了原来电热水器也可以做到如此极致的薄。这一超薄的造型不仅带来了浴室空间的释放, 更充分彰显了现代家居的个性时尚品位。

## 意式简约派 诠释现代家居新理念

源自意大利的极简设计与现代简约风格的浴室相得益彰, 简洁流畅的线条实现了机身与控制面板之间的完美过渡, 富有层次感的轮廓烘托出机器的整体质感, 不仅大大提升了整个浴室的档次, 更充分彰显了现代家居的简约生活理念。同时, 它现代

感十足的意式极简风格旋钮, 不仅能在第一时间给消费者以艺术级尊贵视觉享受, 而且简单易控的操作方式也为厌倦都市繁杂生活的人们带来了更多便捷体验。

## 功能集一身 开启健康洗浴新时代

阿里斯顿FLAT MECH平板电热水器除了能给人以强烈的视觉体验外, 还自带智能提醒功能, 即当热水准备就绪后, 它会自动亮灯提醒洗浴, 免去反复查看的烦恼, 给沐浴带来极大便捷。同时智能速热功能, 让洗浴无须等待, 从而为洗浴节约

更多宝贵时间。此外, 它还配有专利SELCEB全极断开漏电保护系统, 实时检测洗浴环境安全, 一旦出现漏电隐患, 便会在0.01秒内切断电源, 并在第一时间报警, 不仅全方位地守护你的洗浴安全, 也开启了健康洗浴的新时代。

作为全球领先的热热水专家, 阿里斯顿依托公司的强大技术优势, 使产品走在行业的前端。阿里斯顿此次推出的新品FLAT MECH平板电热水器更可成为整个电热水器行业的风向标, 其领先的产品设计理

念和强大的功能为其下一步全面进入市场奠定了良好的基础。据悉, 阿里斯顿FLAT MECH平板电热水器于九月在全国同步上市销售, 相信凭借其不凡的造型和超强的功能必会成为媒体和消费者关注的焦点。



JSCN 江苏有线 江苏有线 媒体

# 欣赏缤纷视频 收获金秋大礼

云媒体电视, 我的视频专家

华诚三大电影频道: 包年订购送品牌好礼

SITV新视觉频道: 看全年英超赛事送卡券

点播/高清至尊包: 海量视频看半年赠卡券

有线4M宽带: 开户、订节目, 免费体验两月

PPTV视频专区: 优惠享高清影视送卡券

万事通-义方教育: 全年远程教育送超市券

2012年9月25日至2012年11月30日

详情请拨打客服热线: 96296 WWW.NJCATV.NET