



## 消费资讯

## Lifepad A700 或成就商务礼仪新规则



“为什么一款小小的平板电脑能够做到这么多的事情?这是因为考虑到高端商务人士出行办公的需求,也是我们3G平板电脑的设计产品的理念所在。”

深圳至高通信有限公司Lifepad A700产品研发人员告诉记者:“我们相信,携带一款方便易用、性能稳定的移动终端,将会成为未来商务礼仪课程的重要内容。”

3G技术的发展正促使越来越多的人尝试更便捷的生活工作方式,特别是3G带来的“移动商务”理念,更是让现代商务人士感受到移动商务在降低商务成本、提高社会效率方面的明显优势。移动商务,正在成为一种潮流。在这种大环境下,一款适用于商务移动办公环境的移动商务应用利器,会让商务人士在商务交往中左右逢源、事半功倍,轻松获得伙伴的肯定和信任。国内商务定制机Lifepad就是在这一需求下应运而生。

## 精雕细琢的商务标准

和建立其他商务活动规则的标准一样,Lifepad要进入办公领域必须满足这些商务消费者最苛刻的要求:体积不宜太大,最好能单手持握,要满足办公对电池续航时间上的要求;lifepad不仅要是一个能可靠录入公司数据、及时实现视频会议的设备,还是一个灵活的应用平台,连接公司OA,实现移动办公,接入专业软硬件实现移动商务应用,要比市面上的其他设备更接近商务移动办公的期待。

## 车联网盛会 12月上海华丽登场

史上最高规格的车联网达人秀,2011 Telematics @ China高峰论坛将于12月7日至9日在上海雅居乐万豪酒店华丽登场。

据不完全统计,2011 Telematics @ China高峰论坛与会嘉宾中,乘用车商用车厂代表超过240位、三大电信运营商超过100位、演讲嘉宾近100位、国际来宾超过100位。原福特Sync首席架构师Joseph Berry、通用汽车中国科学研究院院长杜江凌、日产汽车信息技术事业部总经理野边继男、泛亚汽车技术中心空调电子部驾驶员信息通讯系经理陆健翔、广汽集团研究院电子电器首席总工程师黄少堂、梅赛德斯奔驰北美研发公

Lifepad A700采用7寸多点触控屏幕,支持全视角和网页横屏浏览,整机仅重492克,很好地解决了单手持握和视觉误差问题。用户能在出差、旅行中充分体验它的商务定制便携优点。飞思卡尔i.MX51芯片(主频800MHz,最大可到1GHz)和5000毫安聚能电池,可以保证这款Lifepad A700在高频率的运行下消耗最低的功率,省电性能让人叹为观止。

除此之外,至高通信3G平板电脑Lifepad A700集3G无线上网、邮件管理、文件编辑处理GPS等功能于一体,上网办公将不受时间和地点限制,即时掌控工作和娱乐,将商务人士的生活照顾得面面俱到,尽显使用者时尚品位。

值得关注的是,唯有在价格上,Lifepad A700并不占有绝对优势。据悉,目前这款基于Android操作系统,内置中国电信EVDO模块以及WiFi模块的商务定制机,预计裸机售价比三星P100略低一点。

当记者就此提问Lifepad生产商、至高通信董事长章乃云时,她认为价格要靠品质来说话。平板电脑要做高端精品,对体验感和价值感的要求也会相应提高,因此lifepad从研发到测试花费大量的人力和经费,让产品通过质量打动人心。

## “秀外慧中”的商务助理

像个人助理一样,Lifepad A700具备移动终端OA办公应用功能,利用OA终端软件链接公司管理系统,可以方便快捷的进行文件的批阅,信息发布,了解公司的最新情况,让商务人士出门在外也随时掌握公司的一切。

这些对商务人士主流需求的满足,并没有让Lifepad停下持续研发、改进体验的脚步。Lifepad A700对自身提出了更高的要求:应用设计要切实基于中国商务人士使用习惯,真正成为国人快节奏的商务活动中的得力助手。

中国商务人士年龄特征在于,一边是注重时尚体验有超前消费能力的年轻族群、白领阶层,一边是主导商务活动,但对新兴PC产品使用并不十分熟悉的老一辈高端人士。

针对这一现状,至高通信3G平板电脑Lifepad A700在研发上秉持“让国人易用”的原则,尊重商务前辈们的办公习惯,内置GPS3D导航、国笔输入法、操盘手等多种国人习惯使用的功能软件,再加上沉稳的商务风外观设计以及一些产品细节方面的精心打磨,使得lifepad A700更适合于各种商务场合,比如出差、会议、旅行提供了足够稳定、安全的办公系统。

显然,深谙商务应用配置之道的至高通信研发人员,将简化操作、高效办公的优点完美嵌入Pad产品中,真正做到了E时代商务人士对移动商务的高端要求。

作为企业之间发生合作的巨大沟通力,“礼”的作用从来都备受商务人士高度重视,而移动商务的发展和类似至高通信Lifepad这种商务定制机的问世,将会重新定义“商务礼仪”规则内容,使用时尚化、轻薄化、便携化一种电子商务工具,会成为企业纵横商界,个人驰骋职场的有力武器。(常乐)

## 工银瑞信保本:三重防线强化保本

正在发行的工银瑞信保本基金将为希望获得安全、稳定、保值补偿的投资者提供新的选择。从产品设计来看,工银保本设立了三道安全“防线”,确保本金免受损失。

第一,安全资产与风险资产的界定,拟任基金经理何秀红表示,在实际投资过程中,他们对于风险资产的定义标准将高于基金合同中对风险资产的规定,这样保本“安全底线”扎实牢固;第二,采用CPPI策略,传统无附加衍生性的组合保险策略;第三,引入第三方担保,工银保本基金的担保人中海信达,曾为该公司的专户产品提供担保。(李玉)

## 摩拉菲尔品鉴会亮相京城

近日,一个名为“摩拉菲尔水牛奶高端品鉴会”的活动出现在北京CBD、望京等地区的商超、写字楼。与以往红酒、葡萄酒品鉴会不同,水牛奶举办品鉴会在国内尚无先例。(杜威)

## SUV市场竞争加剧 2012谁能“上位”?



明星车型——途观以11.4万辆的累积销量位居第二名;东风日产SUV“双雄”奇骏、逍客则以超过11万辆的累积销量成功摘得第三名,实现15%的市场占有率。

回顾SUV市场发展不难发现,东风本田CR-V自上市以来,一度占据了SUV市场的销售榜冠军。但是从目前销量来看,“一家独大”的局面已不复存在,途观、逍客、RAV4、IX35等车型纷纷加入“万辆俱乐部”,形成与中高级轿车市场相似的格局。SUV市场已经从寡头垄断发展到百花齐放的状态,颇有争奇斗艳之势。

业内专家认为,SUV占乘用车总体市场的整体份额已经达到10%左右,而欧洲、美国分别是15%、25%,与这两个地区相比,中国SUV市场还有很大的发展空间。同时,随着中国经济的继续腾飞,汽车市场也变得日趋成熟,随着顾客群和需求的逐步多样化,中国SUV市场还将长期保持高速增长态势。

而随着消费观念日趋理性,对于SUV车型的要求日趋多元化,消费者在关注车型外观设计、内饰配置及技术水准的同时,逐渐开始关注车型所附带的情感价值,这就意味着SUV市场需要更加多样化的车型满足消费者不同的用车需求。

## 面对激烈竞争 谁能成功“上位”

SUV市场的火热,引得众多厂商觊觎,层出不穷的推出新车。广州车展上,大批SUV车型涌入,而别克、福特、标致等品牌也即将推出首款国产SUV车型。新车频频发力的同时,早已抢占SUV市场的众多“明星”车型也开始采取行动以应对市场。奥迪Q3的高频宣传、新款RAV4的造势、奇骏的改款上市、CR-V也即将换代,整个SUV市场一场腥风血雨的激战正在上演。

为应对SUV市场多样化的用车需求,东风日产不仅投放了奇骏和逍客两款城市SUV车型,更推出了首款高端豪华跑车型SUV——楼兰。目前,在城市SUV市场,奇骏、逍客月销量已经稳居“万辆俱乐部”,市场占有率更是超过15%。

年初上市的新逍客以“智观全景”、“智尚全型”、“智行全程”三重领先优势,实现了同级别车型中前所未有的高配置水平。新逍客的另一个重要升级突破在于,采用了搭载于东风日产旗舰车型全新天籁上的CARWINGS智行+智能全方位行车服务系统。为驾驶员提供更多的实时车况信息,以及更加绚丽、醒目的显示形式。而先进的新一代CVT无极变速器、超高性能悬挂系统、领先的4X4全模式四驱系统,则进一步保

证了其通过性和舒适性。新逍客在SUV市场掀起了一股“智尚”风潮,销量稳居车市前三甲。而以技术著称的奇骏自2008年上市以来,凭借领先技术树立了行业技术标杆的形象,得到了专业汽车媒体和众多用户的一致好评。

近日,改款升级后的新奇骏强势登场。新奇骏在动力、悬挂、四驱技术等方面进行了全方位优化升级,完美融合了卓越的SUV通过性、领先的智能配备与宽大舒适的内部空间设计,在技术实力上再度实现跃升,以城市SUV“技术之王”的态势接受市场考验。

随着消费者购车观念越来越理性化,对于汽车的需求也越来越多元化,能征服消费者的SUV不仅要具备雄厚的技术实力,更要具备个性化与人性化元素,为消费者带来与众不同的价值感。

以“CROSS CITY跨越酷尚城市”为开发理念的新奇骏,增加了更多人性化的先进智能配置。新奇骏凭借全新升级的智酷外观、高品质内部设计、智能全模式四驱系统、AVM全景式监控影像系统和“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务,以智观、智驱、智享三大核心优势全方位满足都市人群自信跨越、自在个性、尽享休闲的三大用车需求,通过这些尖端技术的应用,新奇骏在产品实力上全面超越同级别车型,开创城市SUV的智酷全能新风潮。

在多样化用车需求的新时代,东风日产以智酷全能新奇骏和智尚全能新逍客两款不同定位的城市SUV车型,全方位满足现代都市人群对城市SUV车型的需求,从而发起对城市SUV市场最猛烈的攻击,强势称雄城市SUV市场。

## 三箭齐发 东风日产SUV战略先行

时尚全能王——新逍客与技术之王——奇骏联手上阵冲击中高端城市SUV阵营,在日产先进技术的支撑下,奇骏体现出SUV的性能和独特个性,逍客带有丰富内涵的“跨界”特性更是独树一帜。两款车型凭借着不同的风格,在细分市场实现差异化竞争,成为SUV市场中个性突出的产品,开拓了城市SUV中的市场蓝海,为成为市场领军车型打下了坚实的基础。

随着新奇骏的上市,东风日产的SUV产品阵线将进一步得到优化。除了双雄抢占城市SUV市场份额之外,MURANO楼兰冲击豪华SUV市场,三者将一同组成东风日产强大的SUV阵容,全面覆盖不同

## 云电视来袭 康佳大举进攻岁末彩电市场

2011年即将收官,激烈竞争了一年的中国彩电企业将迎来市场最后的评分。如何利用岁末这个重要节点,为2011年画个圆满的句号,成为国产彩电企业最为关注的问题。日前,国产彩电领军企业康佳率先启动了“云电视普及风暴”全国大型买赠促销活动,声势浩大的岁末促销第一波于11月25日至11月27日迅速席卷全国,创下3天销售3亿元的历史纪录,以岁末最强劲的市场进攻力度,再次展示了康佳在中国智能电视市场一呼百应的王者风范。

## 彩电市场亟待消费提振 康佳首推云普及力度空前

国家财政部、商务部、工信部联合通知,自11月30日起,家电下乡政策将陆续结束,以旧换新的购机优惠进入倒计时。康佳作为国内率先发布智能云电视、全球首发第一款银联电视、首家内置电脑金山快盘的智能云电视先锋,始终不忘让消费者优先体验智能云电视的技术成果。11月25日,康佳推出为期3天覆盖全国的云电视普及风暴,紧抓政策最后时机让消费者享受以旧换新价格。六大系列云兵团阵容重磅出击,多种优惠组合打造购机重重惊喜。其中,购8000系列就送价值4960元5天4夜双人港澳游及品牌DV摄像机,可谓力度空前。全面贴心的优惠极大拉动了消费者的购机需求,为中国彩电市场的岁末丰收埋下伏笔。

## 智能云电视口碑不俗 银联电视6000系列将华丽亮相

据了解,8月底盛装亮相的康佳智能云电视8000、7000系列是本次全国买赠活动的最大亮点。为国产彩电市场的智能航母,8000系列先后赢得智能五星最高认证和“2011年至2012年中国十大畅销彩电”等美誉,并且是全球首款实现了在线支付的银联电视,颇受广大消费者青睐。随着智能云电



视推广逐渐深入人心,8000系列将继续引爆全国各地的抢购热潮。

据康佳负责人透露,为了让更多消费者参与并享受到这些实惠,康佳将于12月16日开启岁末促销第二波——“云电视岁末旋风”,以最大规模的优惠幅度回馈全国消费者,力掀新一轮抢购热潮。届时,康佳将推出集合其全部实力和优势的高端智能云电视6000系列,并于活动期间进行预售。据悉,6000系列采用了8mm超窄边工艺,现有43寸、48寸两种规格,比业内同功能段云电视均大一尺寸,不仅3D视像效果更真实,而且更节能、性价比更高。在功能方面,智能云电视6000系列全面实现了云支付、云存储、云安全、云互联、云识别五大高级云功能,可以作为家庭互联中心,为用户提供持续无限升级的各种应用。值得一提的是,银联电视将首次在6000系列亮相并全球首发,消费者拭目以待。不难想象,智能云电视6000系列、8000系列、7000系列等共同组成的康佳云普及超级舰队,将以无可匹敌的强劲攻势迅速占领高、中、低各级市场,为2011岁末彩电促销作一个完美收官。随着“十二五”规划的细化落实,在彩电业智能新契机带来的市场格局下,康佳将通过一系列更加让利于民的促销活动和创新产品,持续打造并深化康佳在国产彩电业智能化进程中的领军地位。同时,康佳也将继续加强与上下游产业链的资源整合,制定各种新的刺激消费举措,助力中国家电市场2012年度的进一步繁荣。(鲁科)

10月,中国乘用车市场销量环比下降7.48%,同比增长仅为1.42%。节能汽车补贴政策收紧、黄金周车市遇冷等因素,让“银十”最终成为泡影。与之形成鲜明对比的是,SUV市场销量同比增长高达21.58%,即使在车市整体“入秋”之际,SUV这把火依然没有丝毫减弱的趋势。

其实SUV车型的热销与车市低迷的大环境并不相悖,SUV已成为领涨中国汽车市场发展的新板块,不管是市场本身、消费观念还是企业战略,都决定中国SUV市场还将持续快速发展。SUV市场不断扩容的大局势下,如何“上位”也成了众车企思考的问题。

## 新黄金10年 SUV市场百花齐放

2001年到2010年,中国汽车市场以年均25%左右的高增幅实现了黄金10年,如今正在迈入新的黄金10年。一路引吭高歌的SUV车型更是以高增长的市场份额成为最重要的细分市场。

新华信《2011年汽车流行趋势调查报告》显示,SUV车型支持率大幅上升,关注度首次超过三厢轿车,跃居“2011年最受欢迎车型”首位。SUV车型持续受到热捧,销量居高不下,而城市SUV更以良好的操纵性、舒适性,满足了消费者多样化的用车需求,成为众多客户心目中的宠儿,也成为SUV市场的主力军。

根据今年前10个月的销量统计数据显示,虽然受日本大地震影响较大,但东风本田CR-V依然以超过12万辆的累积销量稳居行业榜首;而上市不久的德系

