

云电视升级拓办公应用 康佳6000系列畅享未来生活



伴随云电视技术的不断成熟和应用的极大丰富,各彩电厂商将冲刺年底销售的筹码一致押在了云电视上。云电视革命性地将电视和电脑、手机等随时随地连接起来,通过远端服务器按需索取资源,拥有大幅提升计算速度和集中管理电视性能等优势。

完美机身彰显不凡品位 顶级画质享受纯真3D

康佳智能云电视6000系列,外观源于钻石灵感,整体浑然天成,璀璨夺目。边框采用注塑金属烫印工艺和独家扣屏技术,彰显机身优雅质感的同时,还首次全面解决了前端散热、防尘、防漏光,减弱屏震等需求。

6000系列拥有8mm极致窄边,创新设计的43寸、48寸两种屏幕,比同功能段云电视均大一尺寸。据技术人员介绍,这种尺寸具

有三大优势:一是完整呈现立体画面边缘交界,3D效果更真实可感;二是采用最先进的8.5代改良无缝切割技术和原装全高清3D面板技术,性能更稳定,画质更清晰;三是同样价格、同样功耗,享受更大屏幕,性价比更高,更节能环保。

顶级画质,还需超强硬件支持。新品6000系列采用最先进的第二代色轮技术,使画面色彩更加鲜活、细腻。无论是3D或2D画面,都能呈现1080p全高清画质。

五大功能独享高端配置 云存储开创电视办公新潮流

升级版智能云电视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。其强大的远程数据处理中心,就像电脑的主机服务器,可以让用户将电视端的内容彻底移植到云端,并支持手机、电脑等多个设备上传和分享图片、视频、音频等资源,加强用户和电视之间的互动。

基于康佳和国内第一的金山快盘的独家合作,6000系列能为用户提供专业、安全的云存储高效服务,包括支持各种OFFICE文件的阅读、拥有15GB初始免费网络空间、随时随地、安全稳定查看办公文件等,在国内彩电市场率先开创出“云办公”潮流。此外,6000系列金山快盘还拥有实时备份重要文件、移动OFFICE、出差随时访问、超强保

密性等重要用途。比如,把重要或私人信息文档等放到快盘备份,便无需担心意外丢失问题。

四大选购标准层层把关 云电视消费市场可期

康佳所引领的智能云时代已经全面到来,为了给消费者提供购机参考,旗舰智能云电视6000系列全新预售的同期,康佳首次公布了云电视选购参考四大标准:强大的远程数据处理中心,家庭无线互联中心、完美的应用体验、网络安全有保障。在这4项所对应的云存储、云互联、云服务(含云支付和云识别)、云安全方面,康佳6000系列都做出了卓越的示范。

首先,与金山快盘独家合作是6000系列在云存储功能上的重大突破;而云互联则体现在智能WiFi,无需路由器,即可将电视机作为家庭无线互联中心,与其他家用设备直接连接。其次,康佳与中国银联合作推出的电视缴费平台云支付服务,在6000系列上首次实现了内置,在电视应用服务领域具有里程碑意义。再次,云识别功能支持所有热门应用的语音输入,可记忆用户常用输入,实时更新优化词库,操作更愉悦。最后,6000系列特有的云检测,能对电视进行远程诊断、实时垃圾清理、修复设置等管理,在安全保障方面无可匹敌。

(陈 泽)

第九代思域堪称“陆上A380”



2011年10月,A380的首航划破了空中的宁静,这架“空中巨无霸”凭借各项领先,顿时成为中国航空业关注的焦点,引发众多乘客争相体验。

而同样在10月份,中国汽车产业也有一款重量级车型上市,那就是第九代CIVIC(思域)。第九代CIVIC(思域)凭借“先进、低油耗、安全”三大核心优势成为人们关注的焦点,尤其是其集合科技感、舒适性与驾控感三位一体的“全息座舱”,更让第九代CIVIC(思域)赢得“陆上A380”的美称。

第九代CIVIC(思域)在外观设计上,充满俊朗、阳刚之美。在内部空间设计上,先进的智能化电子装备是第九代CIVIC(思域)最令人印象深刻的一大亮点。“智能化多功能显示系统”将屏保、音乐、行车信息、导航提示、蓝牙显示及可视化倒车系统等多项功能融合,并与多功能方向盘相连,实现便捷人车对话。

谈到安全性,对于航空和汽车来说,都有着无比重要的意义。A380称得上

轻薄有型的华硕U46SV更有“深刻内涵”



商务本的简洁内敛、时尚本的高调花俏、或者学生本的朴实无华,大多数的笔记本无非这般模样,可你是否想过,还有一款笔记本给你不一样的感觉。当华硕U46SV亮相在眼前,采用同心圆图案设计的香槟色上盖,融合铝合金拉丝工艺纹理,纤薄到5.5mm的14英寸LED背光显示屏,以及平均薄于1英寸的机身,伸手摸去,仿佛整个世界凝固在这一瞬间,让人不禁感叹此时的静谧与美好。当然,该机型不仅轻薄有型,更是有着同类机型无可比拟的“深刻内涵”,第二代英特尔®酷睿处理器i3、i5处理器、NVIDIA GT 540M独立显示芯片、1GB DDR3独立显存等强劲配置,更是带来强劲效能,让用户随时随地尽享完美体验。

这款机型采用的NVIDIA GT540M独立显示芯片(1GB DDR3独立显存),全面支持DX11标准、Optimus双显智能切换技术和PhysX技术,在PCMark测试中得分6600多,3DMark 2006得分最高更达到8700多。

IT后竞争时代服务为王 航天信息提前施展“种子”力量

多年深耕“金税”、“金卡”、“金盾”等国家重点信息化工程的航天信息股份有限公司,从成立之初就采取了技术产品和服务并举的商业发展模式。从依托金税业务为基础建立起的“信心服务”体系,到着眼于新业务线拓展的“种子工程”培养计划,航天信息以一张覆盖全国的高水平服务网,同步实现服务的个性化、本地化与规模化,为迎战IT后竞争时代备足筹码。

近几年,随着航天信息业务线从政务信息化领域向企业信息化、个人信息化等领域的拓展,越来越多的新业务被纳入到7×24小时不间断的信心服务中,并不断摊销各条业务线的服务成本,为

航天信息进一步带来比其他IT外包服务企业更低的成本优势。借助呼叫中心建立起的企业服务档案,则有效帮助各服务单位实现精准营销,精细化管理,增强客户黏性。

基于在业务拓展中兼顾服务规模化与本地化的发展需求,航天信息内部展开了一项独特的“种子工程”培养计划,即:将服务单位的服务骨干作为“种子”进行培训,再将“种子”撒向全国,培训好各地服务团队。这种极富张力的服务发展策略,通过对服务资源的优化,有效提高了本地化服务的水平,大大降低了人力成本,更对公司新业务的拓展与发展提供了强大支持和保障。

(常 乐)

从价格到品质 白皮书三部曲见证奥克斯18载迭变



从最初的《空调成本白皮书》到《健康渠道白皮书》再到日前发布的《空调品质白皮书》,奥克斯在一片混沌的行业厮杀中,找到了一条清晰的路,即围绕“产品、品质、技术、渠道”等核心要素展开了全面布局,并基本形成了以全产业链品质保障体系为核心的差异化竞争力。

白皮书闹革命

奥克斯的白皮书营销,业内并不陌生,因为每一次白皮书都会带来空调行业的一次“海啸”。2001年2月,奥克斯喊出“免检是爹,平价是娘”的口号,扛起“爹娘革命”的大

旗,将空调贵族外衣一脱到底。紧接着,2002年,奥克斯的《空调成本白皮书》横空出世,大曝空调成本秘密,直接将一些宣称“空调利润不多了”的空调企业钉在了谎言的十字架上,并将当时市场上标价为4000多元的空调最终降到了1500元左右的价格。2009年3月,奥克斯又发布《健康渠道白皮书》,提出了厂商和渠道商合作的新模式。

时隔两年多,在消费者面对各类被概念笼罩着的空调之时,奥克斯的价值标尺再度发挥作用,出台了《空调品质白皮书》。这一次,它瞄准的是让行业重归本质之源。

“目前空调行业的种种炒作,大都是夸大其辞的误导宣传,奥克斯空调本着对广大消费者高度负责的态度,有责任、有义务揭开这层神秘的面纱,于是我们才历时数月走访调查,去了解消费者的真正需求,我们发现事实上,自始至终消费者的需求都很明确,那就是制造业的本源——品质、品质、还是品质!”王

玉龙说道。

发动品质系统战

从价格到品质,这仅是奥克斯迈出的第一步,好戏还在后头。这个好戏,指的是奥克斯对于品质内涵的突破。

王玉龙告诉记者,针对产品设计与功能创新不符合消费者的需求、生产制造问题重重、售后服务水平低下等3个普遍存在于空调行业的品质问题,奥克斯给行业一个全新的提议,就是从最开始的市场调研、新品研发、验证试验、研发确认到生产过程的零部件质量控制、生产过程、检验过程、稽查监控再到最后交付给顾客后的安装维护维修、顾客使用指导、上门服务等增值性活动,将品质管理和创新贯穿整个空调产品的生命周期。

奥克斯坚信,通过践行这套全新的品质标准,奥克斯将用3年至5年成为空调行业卓越品质的典范,让顾客满意度达到95%以上,市场维修率成为行业最低。

(徐 凯)

卡尔丹顿借助APEC解读品牌国际化战略

在今年11月举行的2011年亚太经济合作组织(APEC)工商领导人峰会期间,赴美参加APEC活动的中国工商领袖代表团的部分重要成员,身着由中国深圳卡尔丹顿服饰股份有限公司设计并量身制作的礼宾服装——21世纪政商领袖高级定

制商务系列套装出席这一年度国际盛会。这是创业18年的卡尔丹顿,自2006年成为“博鳌亚洲论坛唯一指定礼宾服饰”、2010年成为日本横滨APEC工商领袖峰会“中国之夜”唯一指定礼宾服饰之后的又一次国际化展示。

深圳卡尔丹顿服饰股份有限公司董事长严小铅在接受媒体采访时表示,对于卡尔丹顿来说,既把参与APEC峰会当作一种荣誉,同时作为中国服装行业的代表,更身兼让世界感受中国骄傲的重任。

(王 欢)

工银瑞信何秀红:保本不冒进

今年前三季度市场出现股债双杀,债券基金与保本基金的运作都出现了一些困难,但是工银瑞信却能取得良好的业绩。截至

三季度末,工银瑞信旗下共管理5只债基,债基规模达147亿元,在所有基金公司中排名第一。

工银保本基金拟任基金经理何秀红总结工银瑞信固定收益产品运作的经验为:风险控制上不疏漏,投资管理上不冒进,注重对宏观基本面的研究和个券的风险控制。这些成功经验将复制在保本基金的运作管理上。

(李 玉)

荣膺“2011广州车展最佳即将上市新车” 东风日产启辰D50首秀出彩



近日,由广州车展组委会主办的“2011广州车展大奖”在广州正式揭晓,东风日产启辰品牌首款量产车首秀即取得开门红,当天,启辰D50一举夺得“2011广州车展最佳即将上市新车”大奖。在本次广州车展完成量产车首秀之后,东风日产启辰品牌将在2012年上半年正式开始在市场上的征程。

D50“最佳即将上市新车”含金量十足

作为每年中国车市的收官之作,年底举行的广州车展素有预测中国来年车市的“风向标”之誉,今年的广州车展更是吸

引了超过50万观众进场参观,而代表着广大车展观众及车展关注者民意的“2011广州车展大奖”更是预测新车人气的重要试金石。

经过多年的举办,今年的“2011广州车展大奖”在评选流程上更为严苛,在评选结果上也更具说服力。今年的车展大奖由车展组委会邀请厂家提报参选车型,参选车型经由评审专家筛选后提名产生候选车型名单,并通过主办方及协办媒体平台向公众发布。在车展正式举行的一周时间内,该评选通过互联网、手机短信和现场展台投票3种形式全面接受公众投票,评选结果在11月28日车展结束前即时发布,颇具公正性。

在激烈的竞争中,东风日产启辰D50击败众多强劲对手获得“最佳即将上市新

车奖”,证明了自己的实力,东风日产有关负责人表示:“启辰获奖并不意外,因为在本次的车展上,启辰D50的人气也一直是非常旺的,大家到这里都不是走马观花,被问的最多的就是配置、参数和上市时间,看得出来很多人对它非常有购买意向。”

D50明年上半年正式启程

在广州车展完成首秀之后,按照计划,东风日产启辰D50将于明年上半年正式上市销售,届时,这款车展上“最佳即将上市新车”将在市场上证明自己的实力。

记者在车展期间发现,虽然启辰展台的人流量并不像豪华车展台那么大,但进入展台的观众一般都是长时间驻足,不是抢着与靓车和模特合影,而是更关注车辆本身,现场的车辆讲解员往往需要同时应

对几个顾客的询问,这也说明了消费者对这款车的期待指数非常高。

尤其值得一提的是,由于是首次亮相,启辰D50的外形也是消费者关注的焦点。从整体上看,启辰D50一气呵成的律动流线,凝练上扬的进取气势和极致顺畅的舒展张力,赢得了不少消费者的芳心,这也进一步增强了启辰成功征战市场的筹码。

在本届车展上,东风日产不仅发布了启辰首款量产车的外形、名字,车身尺寸等核心车型信息也同期发布,启辰D50车身长宽高分别为4530×1695×1535mm,轴距达2600mm,凭借最顶尖的空间利用效率,启辰D50的空间之宽大和舒适,被与其亲密接触后的顾客评价为“绝对超越级别”。广受好评的外形、超越级别的空间、再

加上“东风日出品”这个响亮的品质保障,正是启辰D50一亮相就受到市场高度关注的关键所在。未来,在价格、性能参数、配置等方面也落地后,启辰D50也许将再次成为中国汽车消费者关注的焦点。而D50的成功启程,也许将对东风日产启辰品牌乃至中国汽车合资自主概念的成功启程,带来深远的影响。

(晓 雨)

