

芯片屏幕完美契合 LG Cinema 不闪式3D 畅享立体影像



据悉, LG 电子将于近日发布 Cinema 不闪式3D 电视LM6700。由于屏幕和芯片都是 LG 血统, 所以这是一款屏幕和芯片完全匹配的不闪式3D 电视, 能够提供给消费者最佳的3D 视觉效果, 同时更加宽广的视角让3D 观看更舒适。

央视3D 电视频道的开播, 为3D 电视产业的发展注入了一针强心剂。在上游厂商和终端厂商的共同发力下, 3D 功能也逐渐成为电视机的标配。业内人士分析指出, 3D 电视对画质和音响的要求高于普通电视, 对芯片和屏幕的匹配度是一大考验。如果匹配度不高, 单一配件再高端也无法展示最佳的3D 效果。LG 一直致力于液晶面板的研发和制造, 对3D 屏幕技术有更深入的理解。其最新推出的 Cinema 不闪式3D 电视, 完全采用 LG 自身研发的芯片电路设计技术, 与 LG 的无边硬屏达到了天衣无缝的契合, 能够构筑一个非常稳定的工作平台以使各个部分的功能得到最大发挥。这是3D 技术史上的一个开创性革命, 3D 电视消费由原来的“重屏幕”时代跨入“重整体匹配度”的新消费时代。

芯片屏幕完美契合 3D 画面更立体
好的3D 影院之所以能够让观众得到置

身其中的感觉, 是因为电影院中的无边大屏能够让观众主动拓展观看视角, 将现实场景与电影中的虚拟场景合二为一, 营造了一个亦真亦幻的观看环境。LG 即将推出的 Cinema 不闪式3D 电视主力产品 LM6700 采用了完全可以媲美电影院银幕的无边硬屏, 兼具设计美观性和视觉的延展性。

3D 电视的视觉效果不仅取决于屏幕同时也取决于内部芯片和电路设计, 光是采用好的芯片并不能完全体现整机内部电路的性能水平, 优质的芯片还需要配置良好的电路设计, 再配上无视觉阻碍的无边硬屏, 只有这样才能将3D 电视的视觉效果最大化呈现。LM6700 实现了内部芯片和电路设计以及屏显示技术的最佳配合, 其特别研发的芯片技术与超窄无边硬屏拥有最佳匹配度, 让人在家就能享受到最佳的3D 影院效果。

要保证3D 电视的画面效果, 必须提高面板和相关信号的刷新率, 以保证画面的稳定性和连贯性。LM6700 采用原装无边硬屏, MCI 值高达600, 直接将3D 画面的刷新率由传统的240 Hz 提升了2 倍多, 代表了目前液晶面板高倍速技术的顶尖科技。采用三重XD 引擎、智能感应、扫描线加倍等技术, 能够带来更真实的色彩。

而在3D 技术上, LG 6700 采用了第二代不闪式3D 技术。据悉, Cinema 不闪式3D 技术是目前最接近人体视觉感官的立体图像呈现方式, 利用光线有“振动方向”的原理, 来分解原始图像, 将图像分为垂直向偏振光和水平向偏振光两组画面, 然后3D 眼镜左右分别采用不同偏振方向的偏光镜片, 这样人的左右眼就能接收两组画面, 再经过大脑合成立体影像。

在画面表现方面, Cinema 不闪式3D 技术产生的画质清晰明亮、逼真立体, 观众甚至能够感觉到自己就在电视场景中。同时, 它杜绝了传统3D 电视所固有的画面频闪和图像重影的现象。此外, 还能实现识别声音的远近并实现渐进性变化的功能, 满足了3D 发烧友对3D 画质及音效近乎苛刻的要求。

在2D 转3D 功能上, LM6700 也有很大提升。据了解, LG LM6700 拥有非常强大的2D 转3D 功能, 在2D 片源为高清的前提下, 它的视点和景深调节能够达到20 个单位, 比普通3D 电视超出了10 个单位。不用花钱买3D 蓝光碟, 只要轻轻点击转换按钮, 就能实现电源转换。

视角更宽广 躺着也能看
作为第二代不闪式3D 电视技术的原创者以及领导者, LG 推出的LM6700 新品同样采用了FPR 不闪式3D 技术, 影像无闪烁、无重影, 亮度高, 无左右眼信号串扰, 观看视野更加宽广, 角度更为自由, 更适合全家老小一起观看, 甚至躺着看也仍能保证3D 的视觉效果。此外, 不闪式3D 电视眼镜更加轻薄、无需电池, 不会产生辐射、也不会带来眩晕等健康困扰。LG 还特别为戴眼镜的消费者设计了夹片式眼镜, 解决了眼镜一族看3D 电视时戴两副眼镜的尴尬和困扰。

在中国, 3D 电视主要是买回家与家人一起分享, 年老的长辈和正处于生长期的孩子通常是长时间收看电视的主力。采用不闪式3D 原创技术的 LG LM6700, 即使是长时间观看也不会产生眩晕及视力模糊等不良反应, 能够为家人提供一个健康舒适的3D 视界。 (胡 娟)

中级 SUV 市场暗流涌动、竞争激烈, 开年的首次“交锋”造成了“几家欢喜几家忧”的局面。有专家分析, 圣达菲火爆销售态势会随着 SUV 市场的发展而持久延续。并且, 针对自主品牌中级 SUV 市场, 圣达菲有望抢占近20% 的市场份额。(李 逸)

小排量车或成新《车船税法》最大受益者



“虽然每年只减少几十元, 但新《车船税法》起到了价格杠杆作用, 促使消费者转变观念, 鼓励购买小排量汽车。”骊威车主李小姐在谈到新《车船税法》时表示。截至3 月1 日, 新车船税已经实施两个月, 那么新《车船税法》对消费者影响几何, 又能否真正起到节能减排的效果呢?

政策导向 小排量车获益

近日, 记者从国税总局获悉, 新《车船税法》的实施, 降低了占全国乘用车总量87% 左右的小排量乘用车税额标准, 成为本次车船税立法改革的受益主体。国税总局预计, 全年小排量乘用车车主可减轻税负约28 亿元。

据悉, 新《车船税法》最大的变革是, 乘用车要按照发动机排量大小计征车船税。相比老标准, 新标准按排量征收的征收结构更加细化, 征税范围也更加广泛。因此, 根据新调整的车船税实施条例, 小排量车主已成为政策受益者。虽然新条例规定每辆车的年基准税额起点并未发生变化, 仍为60 元, 但终点则大幅提高至5400 元, 是现行标准的8 倍多。

车主李小姐的爱车是排量1.6 升的骊威, 以往车船税税额为420 元左右, 新规定实施后, 1.0 升以上至1.6 升(含) 的年基准税额下调, 目前骊威每年上缴的车船税额是350 元。李小姐认为, 虽然税额只减少了几十块, 但是对于经济适用型小车的车主来说是一个利好。

李小姐还表示: “对于普通消费者来

说, 最重要的是各方面都要省钱, 我之所以选择骊威也是由于其实用的大空间、厚道的价格以及燃油经济性, 其实除了车本身外, 能从用车成本上节省也是一个重要途径。”

“不难看出, 1.0 升至2.0 升之间的小排量车型是新《车船税法》的最大受益者, 对于有意选购小排量汽车的消费者来说这是一个利好的消息。”东风日产某专营店销售经理张先生表示, “特别是1.0 升以上至1.6 升(含) 的税额, 由原来的360 元至660 元, 降为300 元至540 元, 明显有利于小排量汽车销售。”

张经理还向记者透露, 除了像骊威这样的精品小车受欢迎外, 今年咨询带“T” 车型的客户也在增多, 到店看新一代 TiIDA GTS 的人越来越多, 这种带有涡轮增压发动机的车型, 也是1.6 排量, 与不带“T” 的同排量车型相比, 动力更强, 车船税税额更具优势。

新《车船税法》促进节能减排
新《车船税法》按照排气量不同共划分了7 档标准, 分别做出降低、不变和提高的结构性调整。对占有乘用车总量87% 左右、排气量在2.0 升及以下的乘用车, 税额幅度适当降低或维持不变; 对占有乘用车总量10% 左右、排气量为2.0 升至2.5 升(含) 的中等排量车, 税额幅度比原来增加3% 左右, 对排量为2.5 升以上排量的车型, 税额幅度比以往税额幅度有较大提高。

新《车船税法》还明确规定, 对节能、新

能源等车船, 可以减征或者免征车船税。可以说, 新《车船税法》起到的是价格杠杆作用, 旨在让消费者改变消费观念, 政府希望借此政策引导消费者购买小排量汽车, 起到节能减排的作用, 减少环境污染。

业内人士表示: “以往车船税无论是排量大小都是一刀切, 所以很多徘徊在购买1.6 升左右的消费者, 无形中选择了1.8 升、2.0 升, 而现在实施的新《车船税法》是一种鼓励小排量发展的做法, 同时, 也是国家推广节能减排大目标下的又一行政政策。”新《车船税法》与国家近年来鼓励小排量车发展以及节能减排的方针一致, 因此, 也被业内看作是又一利好小排量车型的新政。

业内人士认为, 近几年的市场实践表明, 《车船税法》的改革并非只是消费者购车的决定性因素, 一项新法规并不是改变大排量畅销局面的唯一、立竿见影的办法, 但不可否认, 从税费改革的长远来讲, 这是促进国家节能减排、绿色环保的又一股新力量, 它对于小排量车型的推广、促进、导向作用将日益显现。

精品小车受宠

可以说, 小型车立足中国市场是建立在经济的快速发展基础之上的。前两年, 两厢小型车凭借着低排量、亲民价格, 赢得了二三线城市家庭用户及广大一线城市年轻消费群的青睐。藉此, 小型车市场以其个性时尚、经济实用的特点, 成为大家最看好的、发展潜力最大的细分市场。

但随着消费水平及生产水平的不断提升, 消费者的用车需求也更加细化。从最近小型车市场增长放缓的市场反应来看, 小型车市场之所以增长乏力, 关键在于现有市场上的绝大部分车型仅能满足消费者对一款入门级家用轿车的笼统需求, 而消费者的个性需求并没有引起车企的足够重视, 使得消费者的选择面相对狭窄。

由此说明, 精品小车在增加产品选择这一层面上的尝试是顺应时事的。厂家在产品线的开发与拓展方面做了更多的努力, 更细致、更全面地满足了不同消费群体的需求。以新骊威家族为例, 劲悦版、劲锐版和劲逸版3 个系列12 款车型完整勾勒出新骊威的产品“路线图”, 通过产品层次的丰富、产品功能的全覆盖形成“家族化”概

爱普生发布最轻 GPS 跑步记录器

近日, 精工爱普生集团对外宣布, 已开发出全球最轻的 GPS 跑步记录器。该记录器的外形设计极为轻薄, 可佩戴在手腕上, 舒适感强、电池寿命长, 通过 GPS 为跑步者提供精确的距离、步数及其他数据。爱普生计划于今年在日本推出该产品的商业版, 作为其进军电子体育用品市场的首发产品。

近年来, 日本、欧洲、美国和其他发达国家的长跑运动员和赛事的数量逐渐上升, 拉动了跑步设备需求的增长。爱普生针对这种需求, 专门开发出该款舒适、简约的跑步记录器。其长效的电池寿命能够提供精确的跑步数据, 除此之外, 优良的防水性能对业余运动员和职业运动员极具吸引力。

除外形小巧外, 该记录器还配有一个非常精准的内置 GPS 模块。可佩戴在手腕上, 为跑步者提供运动过程中的准确性数据, 包括任何一段路线的距离、步数和速度, 使他们获得最佳训练效果和感受。

在完全充电的情况下, 该记录器可连续运行12 小时, 全程采用 GPS 跟踪, 足以应对从全程马拉松到小跑道等任何长距离赛事。电池寿命长意味着记录器无需频繁充电。举例来说, 如果跑步者

一见倾心 华硕 X35SD 以红色演绎时尚

红色一直是色彩中的宠儿, 它总是那样备受关注, 无论是浓烈的玫瑰红、大气的中国红, 还是惊艳的鲜红, 都能给人以激情与时尚的感觉。华硕 X35SD 笔记本就为用户精心“裁剪”出一袭靓丽的红色外衣, 带来浓浓的时尚韵味, 让人一见倾心。同时, 该机型还有着不足1 英寸的曼妙身姿、Intel 最新 Sandy bridge 平台酷睿处理器、NVIDIA 5 系独立显示核心、1GB 独立显存, 奥特蓝星高品质扬声器以及 SonicFocus 音效软件等一系列尖端配置, 不仅时尚, 而且高效。

华硕 X35SD 为用户精心“裁剪”出的这一身红色外衣, 不仅倍显时尚, 平添浓浓的激情, 还让用户在工作或生活中都能

每周使用该记录器5 个小时, 同时打开 GPS 跟踪, 那么他在两个星期内无需再充电。

除此之外, 爱普生的 GPS 跑步记录器还极为轻便, 其重量不超过50 克, 使之成为全球最轻的带 GPS 功能的跑步记录器。除了内置 GPS 模块以外, 它还采用了运动手表式外观设计, 厚度仅为13 毫米。舒适灵活的表带让跑步者完全感觉不到它的存在。

卓越的防水性能让跑步者更加安心。普通的 GPS 手表必须满足 IPX7 防水保护标准, 即可以完全没入水中, 在水深不超过1 米的情况下最多保持30 分钟。而爱普生的跑步记录器的防水深度高达50 米(5 bar)。这一防水等级意味着用户即使在暴雨中或游泳时都可放心地使用该记录器。

为开发一款轻薄小巧的 GPS 跑步记录器, 同时实现一次充电即可提供长时间的精确运动数据, 爱普生充分发挥其在半导体和石英传感技术领域的丰富经验和技

术, 开发出这款外形小巧、精确度高、功耗低的全新 GPS 跑步记录器。(梅 琳)

“红”运当头。当然, 注重时尚的人群, 不仅仅痴迷于笔记本的外观是否漂亮, 同时更注重本本的内在“气质”。华硕 X35SD 在拥有轻薄姿态的同时, 更是搭载了 Intel 第二代酷睿 Sandy Bridge 高效平台处理器, 不仅在可视化智能性上得到了显著提升, 为使用者带来新的使用体验, 还融入了英特尔超线程技术, 在同时运行多个大型程序时, 确保每个程序都能流畅运行。

华硕 X35SD 在保障处理器高性能的同时也很好地兼顾了散热。其采用的最新散热技术在机身内部搭建了特殊通道, 相对于同类机型提升了13% 的散热效果, 免去了用户在使用过程中因机器过热带来的系统不稳定等困扰。(罗子成)

气、内部空间宽敞、配置丰富、安全可靠”的高性价比经典小车, 成功领跑小车市场, 成为其他小车竞相模仿的榜样。

骊威自2007 年上市以来, 凭借卓越的产品力和营销力, 奠定了其在细分市场的领导地位。新骊威家族上市后, 以产品层次化、梯队化的竞争态势, 满足了细分市场用户需求, 最大限度提升产品整体竞争力, 去年上半年, 新骊威家族以月均8000 辆以上的销量领军经济型两厢车市场。

骊威之所以能够成功立足市场, 并取得今天的成绩, 和它全面的营销战略息息相关。从“骊威连连看”的季季火爆, 到“新骊威- 喊动中国”的广泛影响, 骊威的营销不仅定位准、影响广, 更充满了趣味性, 使消费者真正参与进去, 体会到了骊威所传递的理念。

由此可见, 骊威的成功凝结了精准定位、高标准产品力, 以及营销全面等多维度的努力。所以, 其他车企不能单纯地仿效某一方面, 而要真正像新骊威家族一样, 将“全能”深化到产品之中, 相信两厢车市将会发展得更加均衡, 未来的前景也会更加美好。

业内人士分析, 在小车市场, 不同风格的精品小车陆续推出以及符合普通消费者购买能力的价格, 使得小车型日益成为中国车市中型车型最多、竞争最为激烈的领域, 而在小型车日益走向精品化的过程中, 品质是基础, “实用、时尚”更是上策。(王 玉)

