

3D电视怎样买：原创技术无边屏 一看二比三体验



随着技术的逐步成熟和3D内容资源的日渐增多,给自己和家人置办一台3D电视,已经成为许多消费者的选择。不过,在付诸实际行动时,市场上琳琅满目的3D电视却足以让人头疼不已。那么,怎样才能挑选一台称心如意的3D电视呢? 需要消费者从看外观、比技术、亲自体验等多方着手,简单来说就是需要“一看二比三体验”。

一看外观:无边硬屏还原真实现场

在采购3D电视时,消费者第一感觉当然是外观。作为整体家居环境的重要组成部分,3D电视的外观设计和品位,需要与家居环境很好地搭配。本月最新上市的LG Cinema不闪式3D电视LM6700采用1mm极窄包边的无边硬屏设计,配上时尚大气、独特的流线型腾云驾底座,一改以往液晶电视底座呆板的外观,极具灵动个性。金属质感底座,加上超薄机身,尽显简约奢华之风。而壁挂时,也像是一幅精美的壁画。可以说,这款功能与设计兼优的Cinema不闪式3D电视无论壁挂或摆放,都是一件时尚奢华的室内装饰品。

1mm极窄包边的设计,消费者在购买时用信用卡一比就可以有最直观的感受。更为重要的是,1mm极窄包边的设计也为消费者带来颠覆性的3D感受。消

费者在观看3D电视时,追求的是其混淆真实与虚拟世界的极致感受,而LG独创的无边硬屏技术,可以使观看者在看电视时,忽略边际界限,将3D画面与现实环境神奇地融合在一起,能够呈现出影院般逼真、自然的3D画面。

二比技术:第二代3D技术的革命性创新

购买一台电视,你会用几年? 对于许多消费者来说,对自己家里的电视进行更新换代,是需要慎重考虑的问题。那么,在选购3D电视时,无疑需要对其所采用的技术进行重点考量。

目前市场上的3D电视技术可分为两种,分别是第一代快门式3D技术和第二代不闪式3D技术。第一代快门式3D技术依赖眼镜成像,而不闪式3D技术则是更多地利用液晶面板本身成像,运用光线有“振动方向”的原理,将原始图像分解为垂直向偏振光和水平向偏振光两组画面,然后通过3D眼镜左右分别采用不同偏振方向的偏光镜片,让人的左右眼能够同时接收两组画面,再由大脑合成立体影像。

不闪式3D电视能够通过3D背光升压技术提供明亮清晰的图像,亮度几乎是第一代快门式3D电视的两倍。另外,第二代不闪式3D技术有效解决了第一代快门式3D技术无法解决的画面频闪、图像重

影、画面灰暗和左右眼信号串扰等问题,并将观众从厚重的3D眼镜中解放出来。

LG Cinema不闪式3D电视LM6700采用了LG领先于行业的第二代不闪式3D技术(Cinema 3D),还具有视野更为宽广的特点,能够满足多角度的观看需求,观众可以随意更换观看姿势,即使侧着、躺着观看,也不会影响观看效果,更好地满足了消费者全家多人一起观看的需求。

三体验:健康、内容、操作的综合考量

消费者对某款产品的喜好,很多时候也取决于产品的一些细节方面。在直接体验3D电视时,除了对画面的感受外,一些细节也需考虑周详。

3D眼镜无疑是需要重点体验的配件。当使用者佩戴上LG Cinema不闪式3D电视所配备的眼镜时就会发现,它与影院中轻便、简洁、无任何电子元件的3D眼镜如出一辙。这不仅解决了3D眼镜沉重、佩戴极为不舒服等问题,还消除了消费者对观看3D电视,佩戴眼镜产生辐射、画面频闪、重影而带来眩晕、视力模糊等健康问题的担心。值得一提的是,伴随此次LM6700的上市LG极为人性化地设计了夹片式眼镜。这样,平时佩戴眼镜的消费者,在观看3D影片或节目时,就可以直接将眼镜夹在自己的眼镜上,而不会有需要戴两幅眼镜的困扰。

另外,厂商为3D电视所提供的内容支持需详细了解。以LG Cinema不闪式3D电视LM6700为例,该产品拥有丰富的APP应用支持、强大的VOD点播功能,为3D电视的“真智能”做出了完美的诠释。消费者也可借助智能共享功能,利用USB和Wired DLNA无线连接方式,让电视与外接设备中的多媒体资源实现随心共享。

而遥控器等附件的操作便利性也是要考量的因素。LG Cinema不闪式3D电视LM6700提供了LG专为智能电视量身定制的动感遥控器,也使得消费者享受海量片源时变得更为轻松。动感感应遥控器具有轻松点击、手势操作、滚轮滑动以及语音识别四种操作模式,消费者可轻松完成相应操作,让人机互动变得更为简便、有趣。(沈奕)

邮乐网与百视通推互动电视营销平台

中文媒体企业TOM集团有限公司日前在香港宣布了其截至2011年12月31日止的年度业绩。

TOM集团首席执行官兼执行董事杨国猛表示:“配合行业及科技急速发展衍生的机遇,集团近年在电子商贸、移动互联网及电子出版方面作出投资,这些业务带来了新的增长点。集团与中国邮政携手打造的“邮乐网”(www.ule.com.cn)平台,随着线上线下服务陆续推出,各项营运指标均以倍数增长。至2011年底,货品交易总额(GMV)较上半年飙升近3倍至人民币2.4亿元;每宗交易额平均达人民币280多元,较行业平均高出一

倍。“邮乐网”上线仅一年已吸纳过百万用户,不上网的消费者亦可通过遍布城乡的5万个线下邮政网点,选购多达8万种上线商品;重复买家高达25%。

未来“邮乐网”将继续深化与中国邮政的合作,与中国邮政辖下的储蓄银行推出“邮储邮乐联名卡”。另外,“邮乐网”宣布与上海文广集团旗下的百视通新媒体股份有限公司签订合作备忘录,对合作内容达成意向,运用百视通在IPTV互动电视、互联网电视、手机电视及电视支付系统平台等媒体和视频领域的资源,结合“邮乐网”在电子商务、移动互联网以及物流方面的优势,共同建立和运营创新和独

特的互动营销平台。

展望未来,杨国猛表示:“集团的业务整顿期已经过去,并且成功推出一连串跨平台、跨终端的移动互联网产品。随着新业务的良好发展势头,集团认为目前是适当时机,开始为经营模式已不合时宜的传统互联网业务作出撤帐。综观国内致力扩大内销,商品市场快速膨胀,人均收入提升,加上全面推动社会信息化及3G、4G技术与应用,预计这些都将为电子商贸及移动互联网带来无限商机。未来集团将会陆续在电子商贸及移动互联网领域推出优化的产品,不断深化服务,再度进入下一轮的高速增长。”(刘晓红)

玩转台湾 康师傅一路伴你

300万份手机话费,7亿份QQ特权、QQ会员特权、QQ币、QQ秀奖品等至尊好礼等待幸运儿领取!

此次与腾讯QQ平台的战略合作可以说是我们在营销方式上的一次创新”,”据了解,“玩转台湾-10000人大搜茶”

双龙享御新增汽油版车型

4月,庞大双龙旗下经典车型——享御推出汽油版车型,这将再次丰富双龙在中国市场的产品线。作为备受关注的紧凑型SUV,享御汽油版将以超高性价比优势再掀双龙汽车销售热潮。

享御运用了以驾驶者为中心的人体工程学理念,将高科技和豪华融为一体,配备各种尖端的新技术和便利装置,营造出极富动感和未来感的驾驶空间。此外,C柱和D柱间的宽大间隔,不

工银瑞信入选“2011年度十大明星基金公司”

日前,由《证券时报》主办,晨星资讯、上海证券和济安金信提供数据支持的2011年度中国基金业明星基金奖评奖结果隆重揭晓,工银瑞信再度荣获“十大明星基金公

司”称号,同时,工银红利也捧回“2011年度股票型明星基金奖”,可谓双喜临门。

在复杂而不平静的2011年,工银瑞信始终把投资者利益放在首要位置,业

陶二矿延伸产业链条增收200万元

收近200万元。

该矿大力实施“精煤战略”和“提高质量提高效益”工程,根据周边市场需求,投资1500万元建成了浮选压滤车间。粗煤

泥经过起泡剂、捕收剂及风量的配比,浮选脱水后成为市场需求紧俏的优质洗精煤,售价每吨较过去提高100元,成为该矿一个新的经济增长点。(刘志河)

出口免检 奥克斯获“通关令牌”

从此以后,奥克斯又多了一项“特权”:出口的空调无需再经过层层检测。

在日前举行的国家质检总局出口商品免检现场评审会上,奥克斯被评定为出口免检产品,成为继格力之后,空调行业又一家问鼎我国出口产品质量最高荣誉的企业。对于致力于开拓全球市场,打造国际化优质品牌的奥克斯来说,这无异于是一张驶向全球的“通关令牌”。而这张令牌背后所折射出的不只是卓越品质,更是一家空调企业在“精益求精,永不满足”的企业精神支持下,将国际化视野从愿景到执行的全面落地。

“三个现代化”研发理念树行业标杆

在奥克斯内部,有一个不成文的规定——只要为了提升品质,费用一路绿灯通行。奥克斯空调事业部技术中心总经理舒乐华告诉记者:“对检测、研发费用我深有感觉,郑坚江董事长对其他费用都有严格的约束,出差、营销等必须按照计划施行。唯独对检测、研发,只要提出申请,从来都是要多少给多少。”

在供应商管理上,与供应商由简单的采购关系变为合作关系,比如通过与芯片供应商瑞萨成立联合实验室,打造“自主创新+开放创新”新平台,创造产业链合作的新模式,这充分提升了奥克斯在节能省电原创性技术上的实力,借此奥克斯也成为国内仅有的三家能够进行独立研发的空调企业之一。

在产品技术升级板块,奥克斯紧密围绕



消费者需求为核心展开,围绕消费趋势进行技术革新,比如针对消费者的个性需求研发的“热霸”系列空调,制热课题的解决也攻克了行业的技术壁垒,就此奥克斯也成为了南北极科考队合作伙伴。

质量检测严苛 实现品质升级

通过研发工作的深入开展,奥克斯为产品在技术端奠定了良好基础,但作为生产端,如何确保产品质量的精益求精,这道全行业共同面临的课题也摆在了奥克斯面前。

对此,奥克斯的行动与其“不砸空调砸饭碗”的口号一样,真正为品质进行承诺。在每年9月实施开展成效显着的“质量月”活动,并逐步引进六西格玛管理模式,实施“零缺陷工程”,同时实行“品质面前人人有责”和“品质一票否决制”,让品质观念深入员工意识;并于2011年实施品质战略、发布了《空调品质白皮书》:从《成本白皮书》到《健康渠道白皮书》,再到《品质白皮书》,奥克斯找到了一条清晰的道路,即要形成以“全产业链品质保障体系”为核心的差异化竞争力。

正是这样的坚持,奥克斯先后斩获了“中国驰名商标”、“最具市场竞争力品牌”、“2010年中国机电产品进出口推荐出口品牌”等称号。直至今天跻身“出口免检”。

(木浴)

中软国际公布上年业绩 服务收入达19亿元

中软国际有限公司日前发布其经审计的截至2011年12月31日的全年业绩。公告显示,该公司2011年整体运营情况良好,多项数据达到或超过预期,规模和效益的双重提升进一步巩固和增强了中软国际领先的“端到端”供应商地位。

作为大型综合性软件与信息服务企业,中软国际多年来持续为客户提供从咨询、解决方案、外包服务到人才培养的“端到端”软件及信息服务。目前已经覆盖政府与大型企业、制造与流通业、金融与银行业、保险证券业、电信行业、高科技行业、公共服务业等多个行业。

年度业绩公告显示,2011年公司服务性收入达19.6亿元,较去年同期增长42.6%;毛利达7.29亿元,较去年同期增长42.1%;分部业绩达到约2.19亿元,较去年同期增长31.3%;

EBITDA达2.93亿元,较去年同期增长46.0%。自2003年创业板上市以来,公司收入的复合增长率达到了38%,服务性收入的复合增长率达到了55%。截至2011年12月31日,公司拥有员工总数达14496人。

2011年,基于原有业务的持续增长和新业务的不断扩充,中软国际在所有主营业务领域都表现强劲,同步快速发展。较去年同期相比,政府与制造业务线的服务性收入增长59.0%,达5.8亿元;金融与银行业务线的服务性收入增长28.9%,达3.52亿元;IT外包业务线的服务性收入增长40.5%,达9.59亿元;培训业务线的服务性收入增长27.4%,达6900万元。

对于中软国际而言,2011年不仅是战略体系构建之年,也是战略合作蓬勃发展之年。(程明)

服务“三趟快车” 中粮情牵香江

为了保证鲜活冷冻食品对香港的均衡、适时供应,当时的外经贸部在广州设立了驻广州特派员办事处,在深圳也建立了相应的机构。中粮总公司在深圳也设立了鲜活商品小组,并建立了调剂供应“活口”的仓库,到货多时就在深圳卸下,在“活口仓”暂养。货少时或台风季节,就由深圳“活口仓”直接装车出货。同时,中粮还在珠江三角洲地区建立了活禽畜、塘鱼、水果、蔬菜基地,改良品种,提高质量,确保对港澳的出口供应。40年来,“三趟快车”运往港澳的活猪牛羊超过了1亿头,鸡鸭鹅数10亿只,冷冻食品200多万吨,塘鱼鲜蛋及新鲜瓜果蔬菜等更是不计其数。(云石)

双网双待 中兴携中国联通推出V889D

近日,中兴通讯和中国联通携手,正式发布了中兴V889D套餐计划,用户只要预存1599元话费承诺在网消费96元套餐24个月,就可以免费获得这款价值1299元4英寸双卡双待四通道智能手机。

中兴V889D采用全新高通MSM7227A处理器,45纳米技术,Cortex A5架构,与同频率处理器相比,以80%的功耗,提供120%的处理速度,整机更快、更节能。更采用了4GB ROM,满足用户的软件安装需求,512MB的RAM也为高效处理提供了足够的运行空间。

中兴V889D采用了Android 2.3.6系统,优化后的UI界面使用起来更加流畅。同时,中兴通讯还与中国联通深度定制了丰富的联通增值业务服务应用,如沃·3G、沃商店、乐媒等。除此之外,中兴V889D还内置了手

周大福:幸福无限

智慧女性总是游刃有余地行走于纷繁百变的角色中,职场上干练果敢,生活中时尚前卫,社交场合优雅自信,无论身份如何切换,对幸福人生的笃定追求不曾改变。如同周大福Perfect Match“绝配”系列中的“相恋”钻饰中,轻盈、灵动的蝴蝶结造型,化作指尖的优雅,只为成全明智



机邮箱、手机QQ、爱读掌阅、新浪微博、京东商城、停车王等丰富的社交以及娱乐应用类的程序。满足用户对移动互联网的便捷需求。中兴V889D另一个最大特色就是支持WCDMA与GSM双网双待四通道自由切换,支持双GSM或WCDMA/GSM两种模式,满足有双卡需求或转网用户的需求。

2011年年中,以中兴V880为标准推出联通“千元智能机”普及风暴,半年内销量达300万台,为中国联通赢得了优异的用户口碑。同年年底,中国联通针对年中发布的“千元智能机”标准再度升级,推出“4.0系列新定义千元智能机”,成为2012年中国联通重要规划。(李彩云)



女人的幸福心意。7种戴法,7款搭配,不同的心情,不论是工作、休闲或宴会,百变的造型,时尚的组合,一切随心。(欣尚)