



消费资讯

受客户好评 三星 MD230 行业典型应用案例



在安防监控、股票证券、影视媒体、图形和工业设计等诸多行业和领域,相关的办公人员在实际工作中,经常需要同时查看和监测多重复杂的信息,不同的画面或者程序窗口往往也需要在同一时间尽收眼底。这时,单靠传统的单显示屏来应对,显然已力不从心。而在多屏拼接显示平台上,由于屏幕得到了放大和延展,复杂的信息不但可以得到扩展,实现重要信息的放大,而且,用户也可以根据实际需要,让每一个屏幕上显示不同的内容,这时在对数据、图像进行比对或者监测监控时,也无需在各个程序(窗口)之间来回切换。

多屏拼接在使用上为人们提供诸多的便利优势,无疑可以显著帮助工作人员提高工作效率,降低工作中的强度和压力。

不同于此前所见到的任何一个多屏显示方案,这套由三星电子推出的展翼 MD230 商用拼接解决方案,首次采用了一体式拼接、PVA 广视角面板、全金属外观、串联供电、支持多路线号输入等多项创新的设计,让它成为目前业内公认的最为专业的一套多屏拼接方案,无论从产品的外观、拼接设计,还是从显示的效果上讲,都堪称强大。上述优势也使得它的应用领域和应用行业也得到了极大的拓展,除金融证券信息显示系统、广播电视显示及监控系统外,它还可以被用于水利、电力、煤矿能源生产行业的安全监控,城市轨道交通、铁路、民航部门的调度指挥等领域。

为了满足不同行业用户的多元化使用需求,三星展翼 MD230 从外观、到显示性能均有着非常针对性的设计。它可以支持自定义下 1×3、2×3 拼接,每个独立的液晶单元均采用了特殊的无按键超窄边设计,拼接缝显著降

低,使得包括数据、画面显示的流畅度、完整度、连贯性更高。MD230 每个液晶显示器单元的规格均为 23 英寸,具备 1920×1080 全高清分辨率,此外,由于它采用了优质的 PVA 广视角面板,所以可确保整个系统的可视角度在任何一种拼接模式下,可以达到 178° 的范围。

三星 MD230 采用了一体式的拼接构造,通过特殊设计的卡扣,每个独立的显示屏幕之间结合得非常紧密,整合程度更高,在组接后,整套系统可以被固定在一个底座上,所以它对空间的占用非常小。与此同时,为了保证产品对不同使用环境的适用性,如耐用、坚固、以及长时间运行稳定等特性,它的底座、支架、每一个显示屏的外壳全部都采用了金属打造,而整套系统的高度、拼接弯曲度也可以让用户根据需要进行调整,非常人性化。MD230 的每个显示器单元均兼容 VGA、DVI、DP 三种视频输入接口,只需一块支持三屏、六屏的多屏显示卡,便能轻松实现三屏、六屏画面的演示。(东信)

每年 1 次免费检测 奥林巴斯 E-M5 亲民活动启动



近日,奥林巴斯(上海)映像销售有限公司宣布,为备受瞩目的新品 OM-D E-M5 微型可换镜头相机,启动为期 7 年的

售后服务亲民活动。自 2012 年 4 月 1 日起至 2018 年 3 月 31 日截止,E-M5 中国用户将有机会享受 1 年 1 次的关爱服务,内容包括产品的免费检测和外观清洁。帮助用户提升 E-M5 的日常养护效果,及时发现故障隐患,使相机保持良好的工作状态。奥林巴斯同时期望通过活动增进与用户的交流沟通,切实提升对奥林巴斯客户的关爱水平,定期养护让 E-M5 魅力常在。

融合领先影像科技和先进工艺的奥林巴斯 OM-D E-M5,体内流淌着“OM”系列单反的“血液”。作为奥林巴斯 M4/3 系统重新定义微单市场的划时代佳作,E-M5 拥有包括 144 万像素内置电子取景器、1605 万有效像素 Live MOS 感光元件,具有高质量的成像效果。(李玉)

花小钱 办大事 华泰圣达菲超值三本账



汽车工业的高速发展带来了全球能源危机,而作为世界第一汽车产销大国的中国,对外石油依赖度的日益提高,也带来了油价的一次次上调,这让本来就视 SUV 为“贵族化产品”、“油老虎”的工薪一族更加

望而却步。有着纯正韩系血统和 B 级轿车底盘的中级 SUV,融合了家轿、越野、MPV 的功能,以强劲动力、超省油耗和宽阔空间被誉为“万人迷”。在其他品牌普遍采用“2 年或 5 万公里”质保期时,华泰圣达菲则采用“整车 5 年或 15 万公里”的质保服务。7.97 万元圣达菲舒适版和 8.37 万元圣达菲天窗版搭载的是三菱 4G63 2.0L 汽油发动机,百公里综合油耗也只有 9L 左右,比哈弗 H3 的 10L 还省油。亲民的价格、低廉的养护和使用成本,圣达菲算清了“购养用”超值三本经济账,故有理由“惹火”市场。(王欢)

嘉捷企业汇创新服务模式 助中小企业破解融资难题

为探索破解中小企业融资难题,北京经济技术开发区中小企业服务中心和嘉捷企业汇日前联合主办了第二届投融资峰会,探讨化解中小企业融资风险、扩大融资途径等话题。

与会专家认为,企业园区具有产业集聚、技术聚集、人才聚集等多种优势,是中国中小企业发展的重要载体。在服务过程中,企业园区应结合实际,积极构建多层次综合服务平台,努力成为企业最值得信赖的成长顾问。中国中小企业协会日前发布的一项调查数据显示,43% 的被调查企业反馈流

动资金不足,48% 的被调查企业反馈融资困难。这表明,目前中小企业的融资难度依然很大。由于世界经济形势复苏缓慢,金融机构对中小企业的信心仍显不足。嘉捷企业汇总经理任彤分析,中小企业规模小、业务单一,受宏观环境影响较大,不为银行所青睐。从民生银行对嘉捷企业汇授予的 5 亿元综合授信以及北京银行集合票据、信托等新型金融产品园区大量发行来看,服务平台在中小企业成长中发挥的作用越发显著。(张红)

商旅出行无忧保障 浦发银行为您支招

无论是公务繁忙的空中飞人,还是走南闯北的旅游爱好者,出门在外,安全保障永远是最重要的。为了让商务人士和旅游爱好者享受全方位保障和更多个性服务,浦发银行推出了“轻松理财同程商旅卡”(以下简称商旅卡),令持卡人既省心、省力、省钱,又尽解后顾之忧。

对于商务人士和旅游爱好者来说,为了将旅程中发生意外状况带来的损失降到最低,一般会选择一些短期的意外险,但每次出

行购买各类意外险产品又麻烦又费钱。现在,只要拥有一张浦发银行商旅卡,就可轻松地购买出行保障产品,且价格更为实惠。

据浦发银行介绍,商旅卡推出了保障全面的商旅增值服务套餐,有 3 款各具特色的套餐可供选择——A 套餐:200 万元航空意外险;B 套餐:200 万元航空意外险+50 万元公共交通意外险及私家车意外险+1 万元意外伤害医疗;C 套餐:500 万元航空意外险+100 万元公

共交通意外险及私家车意外险+1 万元意外伤害医疗+100 万元国内国际救援服务。

除了全面超值的保障套餐系列,商旅卡还为持卡人提供方便、安全、快捷及诸多个性化增值服务。秉承“GOOD”——Green:低碳出行、绿色快捷;Outstanding:优质服务、全面保障;Own:个性金融、全程相伴;Discount:贴心优惠的理念,浦发银行商旅卡让持卡人享受轻松便捷、安心无忧的出行。(陈雷)

央视世界遗产特别节目关注三清山

近日,中央电视台科教频道播出《中国记忆-2012 年中国遗产日》专题节目,全面报道中国世界遗产的现实状况。其中,三清山作为中国世界遗产保护和管理的标杆景区受到节目的特别关注。

近年来,三清山风景区始终坚持在保护中发展、在发展中保护的科学发展理念,先后投入 1800 多万元编制景区各类保护、发展规划,确保每年的门票、税收及其他规费等收入全都用在景

区保护管理上;累计投入 3.6 亿元,先后拆除违章建筑和有碍景观建筑 10 万平方米,关闭沿线采石采矿企业 106 家;在景区新建了遗产展示中心和景区视频监控系统,设立了森林防火、景点监测、交通监测点,建立了管理站、气象监测站和水质监测站,进一步提升了景区的保护管理水平。

该节目表示,以“三清山模式”为代表的自然景区发展路径,为中国的自然遗产资源保护和发展提供了可借鉴的样本。(吴宝龙)



上市不足一年 销量突破 15 万辆

卫冕冠军新一代 TIIDA 依然强势领跑两厢车市



万辆。而今年以来,新一代 TIIDA 单月销量屡次超越 1.5 万辆,上市不足一年,就顺利突破 15 万辆销量大关。

今年以来,新一代 TIIDA 月销量一直稳中有升,并频繁刷新中级两厢车单月销量历史纪录。东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示,新一代 TIIDA 以 TIIDA 骐达和 TIIDA GTS 满足了两厢车消费群体的全方位需求,从近期的市场表现来看,新一代 TIIDA 不仅会保持单月 1.5 万辆的销量,而且极有可能成为东风日产第一款单月销量突破两万辆的车型。

延续了宽适、省油、美观等传统日系中级车特点的同时,新一代 TIIDA 实现了日系车核心动力的突破。新一代 TIIDA 以 1.6L 和 1.6T 两款全面超越竞争对手的强劲发动机和全新智能 CVT 无级变速器的采用,进一步巩固和强化了自己的竞争实力,实现了从技术到销量全面超越同级产品。

新一代 TIIDA 取得的良好业绩,在东风日产副总经理任勇看来,这是“领先半步”策略和“创新融合”文化的共同结果。新一代 TIIDA 融合了日产汽车最新技术成果和东风日产对中国两厢车市场的深刻理解,它的成功归功于中日团队共同努力。

全面称王 技术领航

基于对中国两厢车市场的深刻理解和对消费者产品需求的深入洞察,新一代 TIIDA 通过从外观、空间、动力到操控的产品力全面升级,建立起超越同级的强势产品力,成为中级两厢车王,重新定义了中级两厢车的价值标准。

同时,面对两厢车消费群体的年轻化、多元化趋势,新一代 TIIDA 创新性地对目标消费人群进行了进一步的细分,为其量身打造了新一代 TIIDA 骐达和新一代 TIIDA GTS 双系列 9 款车型,并通过倡导的“品味轻生活”和“畅快 T 生活”,充分满足了两厢

车消费者不同的产品与精神需求,继续引领、推动中级两厢车市场时尚汽车生活潮流的发展。

新一代 TIIDA 采用了独创的“Agile”跃式风尚造型设计,使其整体外观更加时尚动感,高品质“U-Room”理念营造出全方位的舒展宽适室内空间,最新研发的“Pure Drive”纯净动力系统及“T-Box”超稳定车身与悬挂等核心技术的应用,带来了超越同级的强势产品力。

作为国内首款搭载涡轮增压发动机的日系车型,新一代 TIIDA GTS 为动而生。它以“T-Power”强劲动力系统及“T-Box”超稳定车身与悬挂、炫酷动感的“Agile”跃式造型设计、舒展宽适的高品质“U-Room”理念驾乘空间,充分满足了追求运动与激情驾驭的新时代精英人群消费需求,为张扬自我、释放激情的车主带来创新与动感激情兼备的“畅快 T 生活”。

在动力方面,新一代 TIIDA 不仅涵盖了 1.6L “黄金排量”发动机,还全新引入了国内首款日系涡轮增压发动机,为追求动感驾控的消费者提供了全新选择。搭载于新一代 TIIDA GTS 上的全新直喷涡轮增压引擎,可实现领先同级的澎湃动力输出,最大功率为 140kw,最大扭矩达 240N·m,0km 至 100km 加速时间仅为 8.2 秒,使新一代 TIIDA 成为同级车型中的“动力之王”。

权威专家表示,新一代 TIIDA GTS 结束了中级两厢车 Turbo 车型以往只注重动力性能而在燃油经济性和舒适性、空间上存在不足的时代,将中级两厢车带入燃油经济性、舒适性、大空间、运动性完美融合的全新时代。如果今年福克斯的配 T 计划成为现实,那么中级两厢车的四大主流车型将完成对 Turbo 领域的全面布局,中级两厢车的市场地位将进一步巩固。

不仅如此,新一代 TIIDA GTS 虽然采用了常见的前麦弗逊、后扭力梁加稳定杆的悬挂结构,但是通过缩短前、后悬挂所占空间,带来了更佳的车身重量分配比,再加上超高刚性车身以及全新的脉冲分配减震器,让消费者能够尽情享受激情驾驶带来的快感。作为“Pure Drive”战略的全新应用车

型,新一代 TIIDA 骐达装备的 HR16DE 新一代智能双喷射引擎和新一代 XTRONIC CVT 无级变速器,在保证动力表现激情澎湃的同时,也实现了驾驶性能和燃油经济性的最佳平衡,而得益于出色的动力总成搭配,新一代 TIIDA 骐达的综合工况油耗仅为 6.2L/100km,堪称同级市场的“节油之王”。

新一代 TIIDA 秉承日产人性化创新“U-Room”车内空间设计理念,不仅打造出同级最长的 2700mm 轴距,更达到可媲美高级车的 681mm 后排膝部空间,配合 1760mm 的车身宽度,使车内整体空间完全超越竞争对手。凭借其大空间优势,荣膺“空间之王”美誉。

作为东风日产“技术日产,人·车·生活”品牌精髓的代表之作,新一代 TIIDA 以“两厢车王”的产品力傲视群雄,成为中级两厢车市场新的标杆。新一代 TIIDA 在上市首月销量突破 1.3 万辆之后屡创新高。今年 1 月份,新一代 TIIDA 销量再度超越 1.32 万辆,2 月份,更是收获 1.5311 万辆的最佳业绩。

新一代 TIIDA 销量能够一路走高,并不断续写 TIIDA 在中国两厢车市的传奇。可以说是东风日产准确把握市场脉搏、了解消费者需求、深耕细分市场而获得成功,新一代 TIIDA 不仅拥有同级别中最强的产品实力,也带给消费者更高的选择标准。对于长安福特推出的福克斯“双车战略”来说,只会进一步加剧中级两厢车市场的竞争,而很难对深耕细分市场、地位稳固的新一代 TIIDA 构成实质性威胁。

分析人士指出,新一代 TIIDA 是最值得购买的两厢车型,其不仅具有同级车中优秀的动力性能及稳定的操控感受,还通过合理的内部空间设计、精细的制造工艺,满足了一般家庭的使用,为驾驶者和乘客者提供极佳的驾乘舒适感受。

新一代 TIIDA 热销的原因不外乎卓越的产品和良好的服务,而正是基于此,可以预见它未来的销量会一路攀升,再加上它时尚的外观设计,与积累的美誉和口碑,相信“两厢车王”将会再度席卷车市。(乐迪)

截至 5 月 24 日,上市不足一年的东风日产新一代 TIIDA,以超过 15.6 万辆的累积销量,再次刷新由自己创造的中级两厢车最快销量纪录。位居中级两厢车市场排行榜首的新一代 TIIDA,始终力压福特福克斯两厢、大众高尔夫 6,并以单月超过 1.4 万辆的佳绩在这一细分市场领跑。

不断突破 创销量传奇

TIIDA 在国内上市后,创下了 6 年销售 75 万辆的辉煌业绩,缔造了中级两厢车市场的销量奇迹。作为日产全球先进技术的结晶,TIIDA 凝聚了日产汽车在技术、品质方面的综合实力,并以时尚动感的外观、超乎想象的空间、优良的操控性能和驾乘舒适性、先进的动力与节油性能及低维护费用,赢得了业界的好评和消费者的喜爱,成为该级别市场平均增速最快、销量最高的车型。

去年 5 月,新一代 TIIDA 凭借全面领先的产品优势和时尚动感的外观造型,充分满

足了年轻消费群体对个性、舒适和运动的追求。相关统计数据显示,新一代 TIIDA 以绝对领先的市场占有率,遥遥领先于两厢福克斯、高尔夫 6 等车型。

2011 年承载着新一代 TIIDA 的光荣与荣耀,它在 J.D.Power 2011 年中国新车质量研究(IQS)报告中再一次位居榜首。另外,新一代 TIIDA 还获得了权威机构和主流媒体的近 20 项大奖。其中,有“CCTV2011 年度紧凑型车大奖”,还有来自中国主流媒体汽车联盟颁发的“最受消费者喜爱的年度新车”大奖、中国强势媒体汽车联盟颁发的“年度风云人气新车”大奖等。另外,还有北京、上海、广州及全国一线城市核心媒体、杂志、门户网站颁发的诸多年度车型大奖。

新一代 TIIDA 自 2011 年 5 月国内上市以后,市场状况一直良好,其上市首月销量高达 1.3 万辆,刷新了中级两厢车市场的历史最好成绩。去年新一代 TIIDA 全年累计销量达 8.668 万辆,单月平均销量超过 1.2