

震撼超清 极致愉悦 LG 84英寸Ultra 超高清电视打造无与伦比影音体验



9月初, LG 84英寸超大屏Ultra超高清电视——全球首台84英寸4K超高清3D电视(LG 84LM9600)正式亮相国美电器北京马甸店。该产品凭借领先科技带来的极致画面效果,迅速引起媒体和消费者的广泛关注。最近的中秋国庆双节长假里, LG在全国各地卖场的展示区凭其无与伦比的影音体验让消费者赞不绝口。

2160P 极致超高清引震撼 影院级享受名不虚传

作为全球首台84英寸Ultra超高清3D电视,极致的“影音体验”无疑是该产品的亮点。4K超高清技术——拥有3840×2160的物理分辨率,是全高清(FHD)的4倍、高清(HD)的8倍,加上800万像素值,可打造完美观看效果。

记者走访时发现,许多消费者在1米左右的观影距离希望可以更细致地感受该产品的画面细节,而在如此近距离之内大家依然表示几乎察觉不到图像的像素点,如此高规格的技术当量甚至已经远远超过曾火热一时的苹果“视网膜技术”,这也正是画面纤毫毕现的奥秘所在。

有不少消费者在展台前拿起LG超轻3D眼镜体验这一庞然大物的超写实3D画质。一位体验者表示,在家通过如此大尺寸的电视播放的3D电影的效果丝毫不亚于电影院,并且LG Ultra超高清3D电视不仅画面质量好,音效也是一级棒。据销售人员介绍,该款产品采用LG原创Cinema不闪式3D技术,画面色彩明艳,3D效果自然逼真,巨大的超高清屏幕配合如临其境的3D视效,并且加上LG原创的2.2双声道系统带来的炫真音响效果,观看节目时宛如置身于影院中,给用户带来原汁原味的影院级震撼享受。

除了4K超高清和84英寸大屏幕带来的细腻画质和震撼享受,这款Ultra超高清3D电视在很多方面都有极佳表现。如内置3倍XD引擎, LG原创系统、可语音操控的动感遥控器等等出色的智能操控和体验为该款产品锦上添花。很多体验者现场就

玩起了动感遥控器来感受这前所未有的电视操纵感,一位体验者在摇晃遥控器操纵电视的时候感叹到,这才是智能生活该有的方式!与此同时,用户还可以通过VOD点播方式,享受丰富的2D及3D资源,更可通过APP Store下载多种应用程序,并通过Dual Play功能实现两人在同一屏幕中分享不同画面,畅享电子游戏的乐趣。

大块头更有大智慧 引风尚更要树标杆

进入下半年以来,电视市场各品牌的高端产品线一直硝烟不断。在今年年初的美国CES会展上,很多品牌将类似LG Ultra超高清3D电视的产品样机进行展示,却始终未能正式进入卖场销售。此前,媒体和消费者对拥有极致画面效果的超大屏4K超高清电视一直颇有兴趣,而此次LG该产品借十一长假之势在卖场中独占鳌头,也意味着LG已经率先占领高端电视市场的高地。在刚刚过去的双节长假期间(9月29日-10月7日), LG在全国线下卖场全线产品共计销售18万台,同比增长了50%, LG旗下的顶级产品84英寸Ultra超高清3D电视也早于9月在北京售出第一台,,十一期间新增售出十台, LG也因此成为市场同类产品中第一个进驻卖场销售、第一个产生销量的品牌。目前在全国主要城市都已经有样机进入卖场销售,全国范围内均可接受预定。

据悉, LG Ultra超高清3D电视的84英寸超大屏幕面板,完全由LG自主研发生产,是当前市面上为数不多的几款自主研发的80英寸+面板之一。也因此, LG Ultra超高清3D电视为100%原装进口,产品品质更有保障。LG的84英寸Ultra超高清3D电视在技术上堪称引领行业趋势,不仅其高端卓越的性能品质展现无遗,更重要的是作为LG旗下的一款明星产品,在抢占市场空白的同时, LG更是希望以此产品为行业树立高水准标杆,在引领一场电视大尺寸高画质革命的同时,更成为个中表率。 (辛 媛)



2012年10月10日,中央电视台《新闻联播》头条新闻播出“喜迎十八大 变化十年”专题报道。首期专题即以完美世界为例,重点播报中国原创网游十年发展变化。作为央视《新闻联播》为迎接十八大召开而特别推出的系列专题,在首期节目中即将关注的目光集中在中国网络游戏行业,这无疑昭示了中国网游行业已得到广泛认可,并日渐夯实其主流文化地位!而作为中国原创网游佼佼者的完美世界登上《新闻联播》头条播报,也开创了中国网游企业的一个先河,从一个侧面体现出完美世界在中国网游及中国文化产业领域的强大实力!

此次《新闻联播》专题报道以“中国原创网游:十指绘出传奇世界”为主题。在报道中,《新闻联播》对于中国网游十年发展成绩给予充分肯定。指出“十年前,当欧美网络风靡全球时,我国还没有一部自己的原创网游。而今年前八个月,我国原创网络游戏海外市场收入就已经超过4亿美元。十年发展,原创网络游戏已经成为中国文化走出去收入真金白银最多的文化产业。”而在整个中国原创网游企业中,完美世界已经连续5年位居中国网游海外营收第一。《新闻联播》在此次专题报道中,就重点以完美世界

“金九银十”购车季 Mazda3星骋,不能错过的“最安全”A级车

随着“金九银十”购车旺季的到来,很多消费者已将购车计划提上日程并对车市保持密切观望。新车安全几颗星已成国人购车时的重要参照。关注车辆的C-NCAP(中国新车碰撞安全评价)碰撞成绩,则成为他们选车时必须做的功课。

Mazda3星骋在完全正面碰撞和侧面碰撞方面成绩表现突出,并得到了3分加分,最终以50.2分的高分,与新福克斯46.5分、标致308 46.8分拉开差距,荣膺5星+级“最安全”轿车认可。

不仅如此, Mazda3星骋还在欧洲NCAP、美



国NHTSA权威车辆碰撞测试中双双斩获五星成绩,一举拿下欧、美、中碰撞安全的“五星大满贯”。随着国人购车安全意识的整体提升, Mazda3星骋“最安全”A级车必将成为“金九银十”购车季的大热车型。 (晓 洪)

节能环保行情持续 小排量车型仍是主力军



随着成品油价格不断攀升,国内油价总体上处于上涨的趋势。而最近一次油价上调,让汽油的价格又重新回到了“8元”时代。出于节能、环保、经济方面的考虑,不少车主在购车时都将省油放在第一位,降低油耗也就成为各大汽车厂商主攻的课题。

伴随着节油环保这一车市发展趋势,以纯电动、混合动力、涡轮增压为主的“绿色”汽车日渐成为车市新宠,但却由于价格昂贵、配套设施不完善、技术不成熟等诸多因素未能成为车市主流。显然,以新骊威家族、飞度、POLO为首的小排量车型仍存在竞争优势,在未来一段时间内依然是节能环保的主力车型。

新能源车普及面临诸多瓶颈

目前市面上在售的新能源汽车主要以纯电动和混合动力车型为主。混合动力车在传统汽车中加入了电动马达,通过电力和燃油两种能源驱动汽车,因此与同类型燃油车相比可显著降低燃油消耗;纯电动车则完全由动力蓄电池提供电力驱动,真正实现尾气“零”排放。

鉴于新能源汽车在节能环保方面的诸多优势,各大汽车厂商纷纷将大量的人力物力投入到新能源技术的研发上,像普锐斯、

混合动力凯美瑞·尊瑞、CR-Z,以及在车展上亮相的启辰纯电动概念车——e-Concept车型。以凯美瑞·尊瑞为例,它的百公里综合工况油耗仅有5.3L,远低于凯美瑞的其他车型。而不久后飞度混合动力车型也将引入国内,百公里油耗仅有3.6L,难免会让人心动。

但从销售情况上看,新能源汽车并未得到很好的普及,主要还是面临来自价格、产品、消费心态等方面的问题。对于纯电动汽车来说,由于技术及配套充电桩不完善等因素制约,让消费者“望而却步”,导致市场上在售的新能源车型多以混合动力产品为主。

尽管高举节能环保的大旗,但是在国内市场,售价比同级别车型高出不少的混合动力车型一直销量不佳。消费者对新能源汽车不买账,跟新能源汽车比同级别汽油车贵出数万元有很大关系。以飞度混合动力版为例,相比之前传闻20万元的售价,16万元的预售价还是比较靠谱一些。不过别忘了它只是一款小型车,16万完全可以入手中高配版本的主流紧凑型车,而且空间更大,动力更强。高昂的价格把混合动力车型至于尴尬境地,叫人爱也难,不爱也难。

造成影响,同时在维修保养等方面费用也略高,毕竟鱼与熊掌不可兼得。

“省油不贵”小排量车仍主沉浮

由于出色的燃油经济性且价格比混合动力和涡轮增压车型便宜很多,以传统动力为主的小排量车型仍然是市场主角。面对来自各方的竞争压力,小排量车型何以能保持今天的地位?或许可以从新骊威家族、POLO等热门小车上找到答案。

最直观、也是最实际的一点,就是拥有一个合理的价格。在实际购车中,消费者首先面对的是价格问题,无论是采用涡轮增压技术的汽车,还是混合动力车型,其价格都会比同档次、同排量的普通车型高出不少。显然,像新骊威家族8.58-12.98万元,抑或是POLO 8.58-15.89万元这样合理的售价拉近了与消费者的距离。

除了价格问题之外,技术问题也值得消费者在购车时仔细考量。据业内人士介绍,混合动力车型最大的技术难题是电池的稳定性 and 安全性,而虽然不少车企的涡轮增压技术已经驾轻就熟,但也存在一定的瓶颈,其中最明显的就是动力输出反应滞后,而这也是目前涡轮增压发动机的工作原理决定的。从车主踩油门加大马力,到叶轮转动将更多空气压进发动机获得更大动力之间存在一个时间差,如果要突然加速的话,瞬间会有提不上速度的感觉。

而技术成熟的内燃机就不会存在这种问题。就动力而言,传统技术打造的发动机完全能够满足人们出行的需求。以新骊威家族的两款发动机为例,1.6L HR16DE全铝合金发动机最大功率达105马力,峰值扭矩可达150N·m,轻踩油门,就有源源不断的动力输出,真正实现了小车大动力。1.8L MR18DE发动机与CVTC可变正时气门系统完美结合,实现了出色的操控性及燃油经济性。这种动力性能对于游走于工作、事业并兼顾家人生活的消费者而言,无疑是高性价比的精明之选。

另外,小排量车可选择的种类较多。从新骊威家族身上不难看出,三个系列12款车型勾勒出完整的产品“路线图”,在细分市场形成层次化、梯队化的竞争态势,通过产品层次的丰富化、产品功能的全覆盖

形成“家族化”优势,从而更精准地满足了消费者的需求,最大限度提升了产品的整体竞争力。

事实上,东风日产打造新骊威家族,并不是单纯在概念上推陈出新,而是出于对产品军团化、家族化策略的考虑。显然,新骊威家族的成功也是东风日产“家族化”理念的成功。作为家族化理念的延展,今年东风日产又将旗下诸多产品分为旗舰品类、家轿品类、SUV品类等多个品类,以“品类营销”出击市场,再次升华“家族化”营销理念。

作为“十全全能”家轿,新骊威家族充分彰显了其多面手形象,兼顾家居生活与商务活动。大气硬朗且动感的外观、宽敞舒适及灵活多变的内部空间,超越现有的轿车功能,满足商务活动与居家生活的多重使用需求;丰富多彩的科技化配置、舒适顺畅的驾乘感受以及灵活组合的空间又弥补了商务车型的拘谨感,以全面、全能的产品力,为消费者带来全新的移动居家体验,树立了精品小车的价值标杆。

比如,作为新骊威家族成员之一的新骊威劲锐版,其完美均衡外观、空间及动力方面优势,全面满足消费者“宜家宜商”的用车需求。

新骊威劲锐版在车身上采用了独特的双色设计,并装配了全包式前后保险杠;侧围及车顶行李架,整体造型大气、动感;另外,它还采用了镀铬装饰的前进气格栅,这也使劲锐版的外形显得更具质感,更加时尚。

超大的内部空间是新骊威劲锐版最为突出的优势。2600mm的轴距属于小车级别中的顶级水平,真正实现了小车大空间,即使1.75米的成年人坐在车内,前后排的座椅空间都有很大的余量,十分宽绰,乘坐空间优势确实不容小觑。另外,劲锐版还可根据不同需求,进行多种空间组合,例如其后排座椅能4/6翻倒,随时打造更灵活便捷的乘坐和储物空间,这对假日出行时载人置物都更加有利。

如果说“绿色”汽车代表了未来汽车市场发展新方向,那么在牺牲动力性、操控性的情况下获得低油耗,同时价格合理的小排量车型就是市场的基石,在节能环保产业带动上一如既往地发挥其主力军作用。(李 杨)