

LG OLED 现身2013 CES 解读最前沿科技 极致纤薄 LG 前瞻科技带来绝妙视觉享受



近日,全球瞩目的国际消费电子产品展览会 CES 2013 在美国拉斯维加斯开幕。全球首台商业化 OLED 电视——LG OLED 及领先的 LG 冰洗产品等悉数登场亮相,凭借颠覆想象的尖端技术及精彩绝伦的产品体验为所有与会者带来了一场科技饕餮盛宴。

4mm 极致纤薄 全球首台商业化 LG OLED 电视惊艳全场

作为2013年电视机领域最为热门的关键词,“OLED”代表了最前瞻的技术,堪称世界第一领衔科技,是整个电视产业的未来发展方向。但由于技术方面的限制,2012年 OLED 电视虽然崭露头角但仍停留在概念阶段。LG 作为全球液晶面板的研发生产鼻祖,终于突破技术瓶颈,击败韩系同门三星,率先实现 OLED 电视商业化上市。

值此美国 CES 展,记者有幸亲临 LG OLED 电视展示区前一睹为快,并为大家揭开 OLED 电视的神秘面纱。LG OLED 电视采用了革命性的 OLED 面板取代传统 LED 面板,使得该电视厚度达到了难以置信的 4mm,产品薄如刀锋,极至轻薄的设计营造出一种前所未有的

的前沿科技感,炫目得令人屏息。不仅外观惊艳,LG OLED 呈现的致臻画面也牵动着每一位观影者的感官神经,带来了超逼真的完美视觉享受。LG OLED 电视采用了独特的色彩精炼技术,具有更好的色彩加强效果,该技术让画面更加自然充满活力。55 英寸的 LG OLED 电视的色彩对比度也达到极致,在不同的环境、亮度或观看角度下都能保证最佳的观看效果。最令人叹为观止的是,LG 在本界 CES 展上展出了全新可弯曲 OLED 电视,该电视采用了前所未有的可弯曲屏设计,3 台 LG OLED 电视排列成圆弧形震撼亮相,记者置身其中时恍若被影像环绕,体验到了前所未有的超现实观影临场感。

2012 年 LG 的 84 英寸超高清电视在全球率先上市就已引发业界一片赞叹,2013 年 LG 击败三星再次抢占 OLED 领域的至高地更是彰显了其在推动电视行业技术进步和产业升级方面的强大实力。

LG 真正影院式 100 英寸激光电视引发猜想
在本届 CES 展上,LG 展区亮相的全球最大 100 英寸激光电视引发众人围观。这个令人印象深刻的家庭影院系统,包括一个 100 英寸激光电视屏幕和可以极短距离播放画面的外部超级短投 (UST) 投影部件。100 英寸的超大屏幕采用了 LG 的 Cinema Screen 设计理念,并搭配 LG 原创动态弧形设计,使得这款“巨型电视”的外观纤薄时尚、令人惊艳。堪称“巨型电视”的它可提供全高清 1080 分辨率和 10,000,000:1 动态对比度,在黑暗或明亮的地方均可以绘制出生动清晰的影像。

金士顿 HyperX 3K 120GB SSD 再掀游戏狂潮

如今,电子游戏竞技已经深入人心,作为全球顶尖的游戏公司——暴雪,其推出的每一款游戏都是玩家喜爱的精品。不久前,暴雪举行了校园日活动,玩家非常珍惜这次近距离接近的机会,《魔兽世界》、《星际争霸 II》等暴雪游戏激起阵阵热浪。作为游戏爱好者最爱用的金士顿 HyperX 3K 120GB SSD 更是为玩家带来了最为高速的游戏体验。

刚刚结束的战网世界锦标赛 (BWC) 为中国的暴雪游戏玩家奉献了一场期待已久的史诗级盛宴,但没有亲临现场体验的玩家不

必失望,因为 2012 年暴雪游戏玩家的狂欢还在继续!

金士顿强大的技术实力成就了 HyperX 3K 120GB SSD 的出色性能品质。精美的外观设计和出色的读写速度,正是游戏玩家梦寐以求的好产品。HyperX 3K 出色的工艺源于金士顿强大的技术实力和严格的生产监管体系。隶属于 HyperX 系列的高品质 HyperX 3K 120GB SSD,每一块都经过金士顿严苛的生产检测机制,保证出厂即是精品,HyperX 系列的高品质和高性能完全展现。时尚的黑色铝壳

全新 LG Google TV 好看又好玩
LG 在拉斯维加斯 CES 展上展出的全新 Google TV 同样吸引着众多与会者驻足观看。用户可在全新 LG Google 电视中搜索超过 100,000 个电影和电视节目,享受无与伦比的应用体验。除了观赏 LG Google 电视中的精彩内容,用户还可借助该产品强大的无线连接功能并利用 Wi-Fi 网络,与智能手机及平板电脑等设备互通互联,从而轻松地将视频传输到电视上进行观赏。LG Google 电视还将提供 OnLive® 应用,无需控制后台就可以将电视转换为游戏平台,这一应用可以流畅地运行数以百计的高质量视频游戏。**LG 智能家电未来生活方式呈现眼前**
“即使出门在外,也可遥控家中的洗衣机洗涤衣物,让冰箱列出食谱,控制吸尘器清洁地板。”这些在科幻电影中才能出现的未来生活方式,在本届 CES 展上由 LG 智能家电带入了现实。此次国际消费电子展展出的 LG 白电产品在智能连接方面为用户提供了极大的便利。LG 通过两种独立、同时高度互补的技术系统使得 LG 智能家电差异化。通过线性变频压缩机、DD 直驱变频电机、智能灰尘压缩和光波技术 4 项核心科技,LG 不仅使得产品的性能更加卓越,也更加节能。同时,LG 的智能管理、智能诊断、智能访问、智能适应以及智能电网等创新智能科技也为用户创建了更加便利的生活环境。

大部分消费者虽然未能亲临 CES 现场体验 LG 尖端科技的无穷魅力,但 LG 电子 2013 年高端家电的蓝图已经显现。相信这些旗舰产品在不久的将来定会率先登录中国市场,就让我们共同期待吧。(杜鑫)



设计,突显出一种深沉稳重的高端气质,性能出众,外观华丽,正是玩家追求的极致产品。

金士顿 HyperX 3K 120GB SSD 不仅拥有超酷的外观,而且体积也比一般的机械硬盘小巧,无论是台式机还是笔记本电脑都能完美兼容。

金士顿在全球出众的品牌效应和 HyperX 3K 120GB SSD 出色表现力,赢得了玩家的信赖。想要畅玩游戏,就要选择 HyperX 3K 120GB SSD。(小雪)

7 载百万辆树辉煌 TIIDA 引领“两厢风潮”

近日,“两厢车王”新一代 TIIDA 再现王者风范,以累计百万辆销量的傲人业绩屹立车市之巅,在 7 年的发展历程中再度书写下了浓墨重彩的一笔。

对此,东风日产市场销售总部副总部长杨嵩表示:“作为两厢车市的领军车型,TIIDA 车型自上市以来就受到了消费者的广泛认可,新一代 TIIDA 更成为了当之无愧的‘两厢车王’。7 年百万辆的成绩,不仅是 TIIDA 车型新的里程碑,更代表了两厢车市从无到有的发展历程。”

7 载辉煌领航两厢车市

从最初的“不被认可”到如今的“潮流代名词”,从“老三样”中的富康到如今的 TIIDA、福克斯、高尔夫……两厢车走出了一条腾飞之路,而 TIIDA 始终以优异的产品品质和设计理念引领两厢车的发展潮流。

作为东风日产在国内两厢车市场的扛鼎之作,TIIDA 承继了日产品牌两厢车的悠久历史与独特的品牌基因。

在国内市场上,TIIDA 车型自 2005 年上市后,便成为了市场标杆车型。为了引导国内消费者逐步接受两厢车,TIIDA 分为了两厢版骐达和三厢版颐达两个系列。凭借时尚的外观、超乎想象的空间、高品质的内饰、丰富的个性化设置、先进的发动机技术、主动及被动安全性能,TIIDA 很快赢得了消费者的青睐。

在深刻洞悉消费者需求的基础上,东风日产在 3 年后推出了 TIIDA2008 车型,并通过更加炫丽的车色、雅致内饰和宽适空间,为消费者完美诠释了“快·乐·慢生活”理念。与此同时,东风日产在营销手法上再度创新,借助国内汽车场地赛的平台,让 TIIDA 骐达驶上了赛道。

凭借 TIIDA 赛车的卓越性能和出色的团队协作能力,以及来自日产国际汽车运动部 (NISMO) 的鼎力支持,东风日产赛车队分别在 2006、2008 两个赛季中囊括车队、车手两项年度总冠军;并在 2007、2009 两个赛季中斩获车队、车手两项年度总亚军,缔造了不可超越的辉煌战绩。赛道在见证车队辉煌战绩的同时,也验证了 TIIDA 卓越的品质和良好的稳定性,赢得了消费者的广泛认可。

随着 2011 年新一代 TIIDA 耀世而出,

两厢车市也正式步入了成熟期。一改以往两厢与三厢车型并存的格局,新一代 TIIDA 完全专注于两厢车市场,并以“Agile”跃式风尚造型设计、高品质“U-Room”理念、“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,为市场树立了全新标杆。

全面均衡展现王者实力

新一代 TIIDA 在外观上首次采用了超凡风尚的“Agile”跃式造型设计,独特的双腰线设计配合跃动式的宽大低重心车身布局,使新一代 TIIDA 整体外形充满张力,线条流畅,富有动感。由钢琴漆面中控台、水纹曲线面板、简约时尚风格仪表盘构成的“悬浮式”高质感内饰,让驾乘者如同身在现代居所,尽拥风尚品位。

日产汽车秉承人性化创新车内空间设计理念“U-Room”,打造出新一代 TIIDA 全方位的宽适品质空间。新一代 TIIDA 大幅提升轴距、后排膝部空间尺寸及车身宽度,达到了同级最长的 2700mm 超长轴距和同级最大的 681mm 膝部空间。

源自日产汽车的“360 度环绕舒适”技术,以丰富舒适装备 360 度全方位包裹每位驾乘者,带给新一代 TIIDA 媲美中高级车的全方位豪华舒适室内空间。另外,新一代 TIIDA 采用与天籁同级的周密领先三维超静音工程,从“隔音”、“风噪”和“发动机噪声”3 个维度,营造出同级车无法比拟的静谧室内空间。

作为“Pure Drive”战略的全新应用车型,新一代 TIIDA 骐达车型装备的 HR16DE 引擎,采用日产最新研发的 DIS 双喷射系统和双 C-VTC 连续可变气门正时智能控制系统两项全新技术,在设计上凸显更加优秀的燃油经济性以及卓越的动力输出表现,从而实现了驾驶性能和燃油经济性的最佳平衡。

更为重要的是,新一代 TIIDA GTS 车型更首次搭载涡轮增压发动机。这款 MR16 DIG TURBO 全新直喷涡轮增压引擎集日产最尖端的双 C-VTC 连续可变气门正时智能控制系统、智能涡轮增压系统和 DIG 缸内直喷系统,以及三大创新低摩擦技术和全面优化的发动机核心技术于一身。它的最大功率为 140kw,最大扭矩达 240N·m,实现了领先同级车的澎湃动力输出,在



国内同级量产车中升功率最大,具备同级车型中最佳的加速性能。同时先进的冷却技术也带来在同类发动机中极为少见的高稳定性,保持钻石般恒久稳定的运转状态,拥有出色燃油经济性。

与此同时,新一代 TIIDA 装备了日产新一代智能传动系统——XTRONIC CVT 无级变速系统。该系统采用全球先进变速技术,实现了全球最高的 7.3:1 变速比,与 1000 多种变速模式,同时特备 ASC 逻辑控制系统,从而使节油效率比传统的 AT 变速器提高 15%,在带来绝佳燃油经济性的同时,更可为消费者提供平顺自如、乐趣无穷的驾驶感受。

“T-Box”采用全新车身与悬挂设计理念。通过前后悬布局的优化设计、高刚性车身结构和高性能的悬挂部件,大幅提升驾乘的稳定性和操控的灵活性,让客户尽享驾控的乐趣。

全面均衡的产品实力不仅让新一代 TIIDA 获得了消费者的广泛好评,也让新一代 TIIDA 成为了竞争对手的产品标杆,福克斯、高尔夫纷纷在换代车型中加大对空间和内饰的改善力度,掀起了两厢车新一轮的产品升级浪潮。

“除了新一代 TIIDA,2012 款新福克斯也放弃了单纯的运动定位,产品力趋于全

面均衡。”业内人士指出:“未来市场上,动力、舒适、空间、油耗等产品力优势全面均衡,才是车企在两厢车市中攻城掠地的长久之计。”

百万销量助力车市腾飞

回首整体两厢车市的发展历程,在 2001 年国内两厢车市场份额仅为 3.7%,销量仅为 10 万辆,市场上销售的两厢车则只有 9 款。到 2005 年,国内消费者“三厢成轿”的观念仍占主导,两厢车市场备受冷落。而东风日产推出的 TIIDA 车型,采用了两厢和三厢并存的策略,悄然改变着消费者的传统观念。

直到 2007 年后,两厢车市场已从当初的“尴尬”局面,进入到快速发展时期,越来越多的消费者逐渐认可并选择两厢车。新 TIIDA 2008 上市,给日渐升温的两厢车市场注入了一股全新的活力,其中两厢版销量已占据 TIIDA 总销量的半壁江山。到了 2010 年,国内两厢车销量已突破 136 万辆,市场份额达到 7.6%。

经历了 4 年快速发展的中级两厢车市,在 2011 年趋于成熟,很多厂商开始关注这个细分市场,竞争异常激烈。两厢车在获得较高市场认知度的同时,也收获了惊人的销售业绩。

据统计,国内主流两厢车型月销量基本维持在 6000 辆至 8000 辆左右。2011 年两厢福克斯全年累计销量 105,191 辆;高尔夫 6 全年累计销量 100,020 辆;英朗 XT 全年累计销量 38,095 辆。而在这一年,新一代 TIIDA 上市后仅仅 34 天时间,销量就高达 15,643 辆,不仅突破了 TIIDA 车型在骐达、颐达时代的月均销量记录,更一跃成为国内同级车型上市首月销量记录的保持者,轻松摘得该细分市场的销量桂冠。

随着 2013 年首月 TIIDA 车型累计销量突破百万辆,新一代 TIIDA“两厢车王”的卓越实力彰显无遗。对此,东风日产乘用车公司副总经理任勇讲到:“新一代 TIIDA 可谓开先河之作。打造新一代 TIIDA,目的不单单是成就耀眼的销量成绩和市场地位,更是为了引领整个两厢车市场产品力的全面升级,全面满足消费者需求,让消费者享受最好的产品和最卓越的服务。”

正如此言,作为 TIIDA 品牌的继承者,源于全新 B 平台的新一代 TIIDA 代表了同级别车型的最高水平,将两厢车的产品品质提升到了新的高度,让更多消费者感受到了两厢车的产品魅力。相信在新一代 TIIDA 的带动下,“两厢风潮”必将愈演愈烈,两厢车市场蓬勃发展的良好姿态仍将延续下去。(路南)



车” 五菱宏光销售超过 30 多万辆。

乘用车市场“新军”宝骏产品表现可圈可点,继今年 1 月单月销售突破 9000 辆之后,宝骏 630 在下半年稳定在月销 6000 辆以上,加上换标后的宝骏乐驰,宝骏产品总体销量已经连续数月过万辆,为其今后的市场发展打下坚实基础。

在海外业务上,今年年初,悬挂雪佛兰标志的五菱宏光亮相印度车展,并将于明年初正式在印度量产下线。未来,上汽通用五菱将充分发挥股东方渠道优势,不断全面发展海外事业。

今年是上汽通用五菱合资的第 10 个年头,依靠体系和品牌的持续提升,目前企业的发展已经由做产品进入到做品牌阶段。上汽通用五菱探索出“低成本、高价值”的成功理念,并坚持“成本优先、技术成熟适用及快速响应市场”的三大原则,从研发到制造,从供应商合作到经销商管理,都充分发挥出价值链的体系力量,这些核心竞争力都将成为上汽通用五菱在 2013 年,实现 150 万辆目标的动力源泉和强大保障。(李维)

年末急用钱来典当行 最快 1 小时放款

又到了一年一度的新春佳节,中国人又开始了走亲访友、置办年货,并且盘算着假期上哪儿旅游,休闲一下。但是这时才突然发现自己荷包里的钱已经越来越少了,不足以支付这些庞大的开销。要放弃期盼已久的旅行,却又舍不得,这时该怎么办呢? 记者建议您不妨去典当行试试。

陈先生是一位在北京工作的外企白领,他们全家早已经计划好在年前出国旅游一趟,可是年底的各种应酬和购物的花销特别大,手里的流动资金所剩无几,而公司的年终奖是跨年发放的,为了不至于钱包空空到国外,他来到了典当行。

记者跟随陈先生来到了北京最大

的典当行“宝瑞通典当行”,工作人员热情地接待了我们。当问明情况后,宝瑞通的工作人员建议陈先生在出游期间,将平日开的车辆办理典当,一方面汽车融资办理手续快,另一方面出游期间车辆能得到完善安保,无后顾之忧。

陈先生采纳了这个建议并马上开始办手续,没想到不到一个小时就完成了放款,贷款 5 万元,当期为 10 天,只需要支付几百元的利息费用。陈先生激动地对记者说:“原来以为来典当行当东西会很麻烦,没想到这么简单还这么快,利息也不贵。反正去旅游也用不到车,放在典当行还能融到资,两全其美。我这次真是对典当行另眼相看了。”(张心)