



紧抓行业应用趋势



三星商用显示大屏将推更多创新产品

显示器相比,同尺寸的LED背光液晶显示器耗电量大幅降低,有效减少有害材料的使用,色域范围更广,对比度也更高,令黑色表现更加深邃,色彩表现更加艳丽,并且拥有较长的使用寿命。

针对LED的发展趋势,三星商用大屏早在去年就推了EX系列LED显示器。今年,三星商用大屏将进一步丰富LED产品线,推出包括LED拼接在内的多款LED商用显示产品,将LED技术推广至更多的领域,满足更多用户的需求。值得一提的是,三星商用新推出的LED光源产品不仅相较传统显示器减少30%的能源消耗,更加环保;同时,整体设计更轻薄,只有传统显示器重量的40%,为安装带来了极大方便。专家预测,LED技术将面临爆发式的普及,可能成为商用显示器的标配。

差异化趋势——市场进入产品细分时代

伴随商用显示行业的逐步成熟,市场格局也将逐渐明晰。由于商用市场使用环境苛刻且各异,除规模化量产的通用型产品外,针对不同应用领域的客户满足能力显得越来越重要。因而,产品甚至渠道的差异化、细分化,也就成为企业抓住市场命脉的法则。

以三星为例,仅三星商用大屏就针对不同行业不同需求将产品细分为

拼接产品、单屏专业显示产品、LED产品、室外显示产品等多个类别,针对交通、金融、能源等行业的不同需求定制了具有不同应用优势的显示解决方案。今年,三星商用将产品线继续细化。以大屏拼接市场为例,三星商用将在第一代超视界无缝液晶视频墙UT系列的基础上,推出创新性的第二代超视界无缝液晶视频墙UD55A,进一步缩小了双边间距,同时扩大了面板尺寸,采用了最新LED显示技术,适应能源、金融、交通等行业对最新拼接显示应用的需求。

在户外显示、互动触摸显示、专业显示等应用领域,三星商用大屏也将进一步细分产品,推出更多具备核心竞争力的创新性产品。未来商用显示环境将更加复杂多变,伴随行业应用的深入与完善,商用显示产品细分和差异化的趋势也将更加明显。谁能把握用户需求,谁就能最终赢得话语权。

据悉,三星商用大屏近日在InfoComm China 2011展会上,全面展示了包括LED背光显示EX系列、E-Board电子课堂系统、多点触摸显示SUR40、户外液晶一体机、橱窗液晶显示460DRn-S、MagicInfo视频墙解决方案等在内等多款新品与解决方案,并与到访者分享三星商用大屏的最新技术成果。(韩柏)

政策利好 市场延伸 小型车迎来发展新机遇

近期,车船税改革及全国两会提案等无一不向小型车市场传递出利好消息。而中国加快节能减排措施的实施、汽车行业向低碳方向发展步伐的加快以及汽车销售网络向二三线城市拓展延伸,都预示着小型车市场迎来了新的发展机遇。

政策利好 市场延伸

小型车市场对于整个汽车界来说,并不是最大的市场阵营。但是,这个细分市场一直以非常快的速度更新换代。特别是2010年针对小型车的购置税优惠政策、汽车下乡政策取消之后,众多小型车开始出现升级热。但小型车频现升级并不只源于国家优惠政策的调整这么简单。

从政策角度来说,国家推出购置税优惠政策、汽车下乡政策等消费刺激政策,截至到2010年年底,已经帮助中国汽车市场两度以千万辆的数字问鼎世界汽车销量排行榜,他们的历史使命已经圆满完成,也势必会退出市场舞台。但国家对于小型车的优惠政策并没有就此止步。自2010年6月份开始,国家针对小型车推出了汽车节能惠民工程。这项节能惠民工程旨在倡导消费者选购低油耗、低排放的环保型车,这对小型车整个细分市场提出了节能设计方面的更高要求。

除了国家政策的变化之外,汽车销售的重点区域也发生了潜移默化的变革。之前,汽车销售集中于一线城市,而目前,汽车销售网已经向二三线城市拓展延伸。从对二三线城市用户在购车能力方面的分析来看,相比中高端车型,这些用户更趋向于中小型包括微型汽车的购买,这为小型车开辟了更为广阔的销售市场。与此同时,小型车之间的市场竞争也将更加激烈。

发展迎来新机遇

对于主要集中在年轻新生代和中产阶层的小型车购车人群来说,他们在对小车型的选购过程中,目光主要集中在价格因素、实用程度以及时尚气息这几大方面上。

首先,在小型车的价格上,消费者对价格始终保持着强烈的敏感度。根据公安部2010年上牌量的统计分析,车型指导起步价7万元至9万元这个区间是现阶段小型车的销售黄金档线。像目前畅销的东风日产骊威、广汽本田飞度等都在这个价格区间。

以东风日产旗下小型车——骊威、玛驰为例,其主销车型价格为7万元至9万元。新骊威家族自去年3月上市以来,月均销量一直保持在万台左右,始终领跑精品小车市场发展,并



在华北、华南、东北等细分市场位列一名。玛驰自去年8月上市以来,月销量已稳居行业前列,并在华南、华东等区域市场进入行业前五名。

其次,消费者对小型车的品质关注,主要集中在安全性、燃油经济性、空间利用率、品牌社会尊崇度、以及舒适性能等方面。因此,在产品选择上,实用性越强的车型,越受到市场的青睐。作为在小排量市场布局最完善的车企之一,东风日产除了骊威和玛驰两款小型车之外,其紧凑型中级车TIIDA、新阳光,以及1.6L轩逸/逍客,都在小排量汽车市场具有良好的口碑。

TIIDA车型以两、三厢并行的产品布局,实现了紧凑型中级车细分市场的良好覆盖,并一直以月均13000辆左右的销量领跑该级别市场。在2010年广州车展上市的第十代SUNNY阳光,也凭借着出色的产品力、精准的定位以及卓越的性价比,上市首月销量即突破万台。而且,继去年TIIDA及1.6L轩逸以优异的节油性能入围国家节能汽车产品目录之后,最近新阳光又以综合工况百公里油耗仅为5.8L的成绩进入该目录。

另外,购买小型车的消费者对于个性化越来越热衷。在购买小型车的人群中,年龄段相对偏低,主要集中在20岁至35岁之间,他们买的车需要表达区别于他人的个性优势,从骊威、新POLO、玛驰,再到即将改款的飞度,都希望展现出独特的个性以吸引口味相投的消费者关注和认可。

因此,小型车在国家提倡节能环保,汽车销售区域范围的扩大以及消费者需求不断提升等多重因素的作用下,将迎来新的发展机遇。

车企巧借低碳东风

资本的嗅觉、企业的敏感和国家的战略规划,都是先于市场和消费者的。在2009年与2010年国内车市保持“井喷”状态时,各大车企并没有单纯地扩张产能、赚取利润,而是不约而同地着手低碳战略,高举绿色旗帜。在最近两年的车展上,“绿色”、“低碳”等关键词纷纷出现在各大车企的发布

会主题上,而一直“雷声大雨点小”的新能源车也开始崭露头角,概念车争先亮相。

正如消费者所知,节能减排是近年来各国车企努力的方向。以目前正蓬勃发展的东风日产为例,2009年初,东风日产宣布,将在中国导入日产电动汽车,2009年11月,东风汽车有限公司联手日产汽车,与广州市政府就共同发展电动汽车事

业签署了合作谅解备忘录。

作为该谅解备忘录的具体执行者,东风日产立即启动了“绿色城市计划”,以实际行动推动电动汽车在中国的推广应用。“绿色城市计划”包括:与各地政府深入合作,推进电动汽车的导入;致力推动智能交通系统;继续坚持对社区以及社会交通、环境的绿色贡献。同时,东风日产表示,建设一个更加环保的、可持续发展的绿色城市,全民的意识是非常重要的,东风日产已在全价值链实施环保战略,并将加快对绿色生产、绿色物流以及绿色专营店的推进。东风日产副总经理任勇表示,为城市增添更多绿色,还城市一片蓝天,这是每个汽车企业应尽的社会责任。作为汽车行业的领军企业之一,东风日产一直致力于环保节能产品的生产,致力于城市生态环境的改善。“绿色城市计划”是东风日产电动汽车战略的深化和具体体现,是一个符合中国国情的、可执行的方案,它的展开将全面巩固东风日产在电动汽车领域的领先优势,并为电动汽车在中国的推广应用探索出一条新的发展道路。

另外,以奇瑞、吉利、比亚迪为代表的自主品牌近几年高调崛起,在节能环保的发展趋势下,自然也不甘落后。2009年9月,奇瑞提出“造老百姓买得起的新能源车”战略发展思路;吉利汽车也曾表示,未来10年的战略重点将是新能源汽车的研发,并在2009年上海车展中亮相多达9款的节能环保系列发动机;比亚迪汽车则早在2008年底就已推出国内首款双模电动车——F3DM。

相对于自主品牌和日系品牌深耕电动车研发,以大众和福特为代表的欧美车企,则更加注重采用传统能源动力系统的技术突破。其中,大众坚持采用传统能源的TSI+DSG技术,在节油方面取得了出色成绩,深得消费者肯定;福特汽车力推采用传统能源的Ecoboost技术,节油效果高达20%;而高端车的代表——梅赛德斯-奔驰也表示,将引入“蓝色效能”综合环保科技,为整体豪华车厂商做出表率。(李易)

都市白领悄然流行“健康饮食防辐射”

当国内各地民众因为对日本核泄漏事故的担忧而疯狂抢购碘盐时,都市白领在防辐射的道路上却快人一步,悄然兴起了一股“健康饮食防辐射”潮流。而其中最流行的方式,莫过于白领美眉们对海芝宝深海小海带系列食品的狂热追捧。

白领钟情的防辐射佳品

供职于上海一家网络公司的余小姐告诉记者,她对深海小海带情有独钟。海芝宝深海小海带系列食品,开袋即食,美味而富有营养,不但有防辐射作用,还具有美容养颜的功效,这两年自己感觉皮肤超好。同事在她的感染下,都成了海芝宝的忠实拥趸。

科学研究发现,海带中所含海带多糖能抑制免疫细胞凋亡,从而对辐射引起的免疫功能损伤起到保护作用,因而具有天然的抗辐射作用。而深海小海带相比普通海带带来,其优良品质更是人们钟情于它的根本原因。

安全方便 深海无污染

记者进一步了解发现,海芝宝深海小海带是山东海之宝海洋科技有限公司旗下主力产品,种植于公司拥有的10万亩最纯净的深海养

殖基地,生长环境在30米至40米的深海,海水流速大,自净能力强,无污染,同时富含大量的钙碘硒等元素以及其他营养物质,是纯天然的绿色生态蔬菜。海芝宝深海小海带系列食品,如深海海带面、海带饮品、海带速拌菜等,因为有科学独特的加工工艺,开袋即可食用,十分方便。

另外,海芝宝深海小海带从种苗的培育、深海种植、产品加工以及原料料的入厂、生产、成品检验,海之宝海洋科技有限公司都坚持全程严格把关,质量可靠,完全符合绿色有机食品标准,很好地满足了白领阶层对于食品安全和营养健康的需求。

健康饮食 风行千万家

海芝宝深海小海带系列食品,采用了国际先进的深海养殖技术,并引进国际领先的加工和包装技术生产线,除了多样化的产品、绝佳的口感,还彻底告别了防腐剂,保证了产品的绿色、健康以及丰富的营养价值。近日,海芝宝深海小海带系列食品在北京、上海、西安等大城市,已然成为人们争相购买、馈赠亲友的热门选择。(柳眉)

无双核不旗舰 天语 W700 蓄势来袭

近日,天语携手全球领先的芯片厂商NVIDIA正式宣布,推出了旗下首款TEGRA2双核旗舰超级手机——天语W700。这款手机定位于“双核娱乐超级手机”,其终端不仅内置了1GHz的双核中央处理器(CPU),具备了旗舰级硬件,还捆绑了多款顶级高清游戏——THD游戏,这使天语W700成为全球首款预置正版nVIDIA Tegra高清游戏的双核超级手机。

如今,双核、大屏、Android2.2等这些关键词,俨然成为了当下旗舰手机的身份代名词。Nvidia TEGRA2芯片的采用,相当于给W700内置了“双核CPU”、“独立显卡”等昔日只有个人计算机(PC)上才会出现的配置,其高清的震撼视觉使天语W700成为当下令人瞩目的焦点。

得益于双核设计和NVIDIA在图形领域的强大研发实力,天语W700支持1080P高清全屏播放和3D处理加速。同时,用户可以通过各类软件和游戏商店下载最新的高清娱乐资源和丰富的3D重力感应游戏,为玩家带来前所未有的领先的高清视频和3D游戏体验。

高德软件荣膺最佳软件应用奖

第二届国际平板电脑产业峰会近日在京召开,高德软件摘取最佳软件应用大奖。

高德软件是全球领先的数字地图内容、导航和位置服务解决方案提供商。2010年7月1日,高德软件正式登陆纳斯达克,并以每股13美元的价格完成IPO。

2010年,受益于前装市场的领先地位,同时利用自身大量的数字地图和信息点数据库,高德导航系统布局Android、iOS等系统设备的力度仍在加强,并与增值服务商合作,维持重点领域第一地位意图明显。在当前流行的iPhone和iPad上,高德当仁不让地以压倒性优势在导航系统拔得头筹,可以预见的是,随着

必联网全程护航娃哈哈招募包装材料供应商

日前,必联网与娃哈哈集团正式展开合作。娃哈哈集团瓦楞纸箱、食品塑料袋、OPP胶带、礼盒等四大包装材料供应商招募信息已在必联网全面发布,目前,招募工作正在进行中。

本次供应商招募,必联网的买方驱动机制和诚信认证体系为娃哈哈集团包装材料的顺利采购提供了双重保险。首先,在买方驱动的采购平台上,必联网为娃哈哈集团提供精确的供应商筛选匹配。同时,进一步加大采购企业的管理自主权,即相关供应商在加盟本次招募之后,娃哈哈集团可直接在本次采购和以后的贸易过程中对其进行自主管理和维系。其次,必联网与商务部新推出的“诚信认证”体系,将直接应用于供应商招募之中。必联网所筛选出的可供娃哈哈集团采购选用的供应商在必联网自审基础上,将进一步通过由商务部贸易研究院进行的诚信审核。以上双保险护航服务将力促娃哈哈集团包装材料的采购工作顺利完成。

嘉里物流助推福建省物流发展

记者近日获悉,嘉里物流将加大对福建省的投资规模,占地80亩的厦门海沧保税港区内的4.2万平方米的物流中心即将开工建设。此外,嘉里物流福州晋安区的项目合作计划,也在接洽中。接下来,嘉里物流还将继续在福州和厦



W700采用了金属灰色外观搭配直板大屏幕的造型,3.8英寸WVGA级别分辨率的电容屏幕,支持多点触控,给用户带来非同一般的使用体验。天语不仅是全球最先采用TEGRA2的终端品牌之一,更以此为契机,与NVIDIA开始了全面合作,同步内置了基

于NVIDIA TEAGRA ZONE的高清游戏格式THD内容,让用户瞬间变身游戏达人,体验前所未有的3D高清游戏体验。在“智能当道”的2011年,天语手机深度把握需求走向,推动“3G+智能平台”战略,在完善产品与渠道建设同时,积极与国际一流软硬件商开展深度合作,打造更符合潮流的新品旗舰。(王彤)

iPad2和更多预装高德导航的平板电脑的发布,高德的战略优势将更加明显。

据悉,继苹果之后,日前上市的几款重量级平板电脑产品,如联想乐Pad、摩托罗拉XOOM都全面预装了全方位3D实景的高德导航软件及高德迷你地图。据移动互联网产业联盟近期的一项调查显示,高德导航产品居采用Android系统的品牌厂商预装选择之首,是全球领先具备全面支持能力的地图导航系统。高德软件副总裁郝建军表示,今年高德软件重点是在移动增值领域。未来高德将在地图软件中增加现在热门团购信息、商户地点、实时交通和停车场信息等。(郑玉)

能够提供如此“双保险”服务,专业人士认为,这主要得益于必联网独一无二的买方驱动机制和对“公平、公正、公开”这种企业诚信品质的坚守。买方驱动的最大优势在于整个贸易过程可率先从采购方利益出发,由其发起与主导,由其审核并最终对其自身负责。另一方面,必联网对供应商诚信认证的重视和果断执行,不仅提高了供应企业的公信形象,还最大程度地保护了采购企业的权益。必联网始终认为,商家诚信与否,与向平台服务商支付多少费用无关。公众心中自有一杆秤,也就是一个标准——诚信的标准。在买卖双方诚信基础之上,辅以必联网优质、高效的服务平台,整个贸易过程势必会更加快捷、流畅。

必联网承诺,不仅仅是针对娃哈哈等知名品牌,对所有客户在必联网上的交易过程均提供“双保险”护航服务。每个必联人始终如一地把诚实守信经营以及对消费者完全负责作为至高准则并奉行至今。(张丽)

门两地投资非保税的大型物流仓储中心。在谈到为何如此大力度投资福建时,嘉里物流相关负责人表示:“投资福建,不仅是支持海西战略的实施,也是看中了福建物流蓝海所蕴藏的巨大商机。”(云娟)