



上汽集团创全球最大光伏建筑一体化电站吉尼斯世界纪录



近日,吉尼斯世界纪录颁证、第二代智能光伏一体化车棚发布暨上汽集团新一轮500兆瓦分布式光伏项目启动仪式在上海花园坊节能环保产业园举行。

在当天仪式中,英国吉尼斯世界纪录颁证官将吉尼斯世界纪录证书颁给上海汽车资产经营有限公司,确认由该公司投资建设的位于南京大众汽车工厂的总装机容量为10.213兆瓦、一次可停放4466辆车的光伏车棚创造了吉尼斯世界纪录。

在仪式中,还发布了由上汽资产经营公司自主研发的新一代智能化太阳能光伏车棚。新的光伏车棚具有发电、储能、充电、可调远程监控等诸多功能,它由计算机控制,会随着太阳运行轨迹自动调整受光角度,力求最高的发电效率,比前一代车棚可多发电15%左右。同时由于加装了自动充电装置及储能设施,可以为新能源汽车充电,也可以离网使用,使它的效率更高,功能

更全。

此次仪式上最重要的一个环节,是上汽集团新一轮500兆瓦分布式光伏电站项目的启动。这是上汽资产经营公司独创的集发电、遮阳、防雹、碳资产利用于一体的全新模式。从现在开始到2020年,在已经建成完工的上汽集团50兆瓦金太阳光伏项目的基础上,新一轮的分布式光伏电站项目全面启动。这些项目不仅充分利用上汽集团位于临港、金桥等在沪的制造基地建设外,还将覆盖慈溪、仪征、青岛、烟台、武汉、沈阳等一系列上汽在外省市的制造基地。2015年,上汽资产将先行启动100兆瓦的项目建设。

上汽集团500兆瓦分布式电站项目建成后,每年将会产生绿色电力5亿千瓦时,节约标煤15万吨以上,减排二氧化碳等有害气体45万吨以上。随着这些项目不断推进,预计新的吉尼斯世界纪录将会不断被刷新。

(杜威)

将年轻化演绎到极致 长虹CHiQ第二潮汹涌来袭

同智能手机行业不同,智能电视在中国尚处于群雄逐鹿阶段,在这一过程中,位于四川绵阳的长虹,通过CHiQ一代展示了自己在电视领域深厚的底蕴,而最近,CHiQ二代电视的发布又展示了自己拥抱年轻的一面。

同目前市场上已经出现的智能电视——其实也就是带遥控器的50/60寸超大屏非触摸型平板电脑不同,CHiQ二代电视打破了传统,将智能电视的真正消费群体,年轻人爱“玩”的特性深挖到了极致。在长虹CHiQ看来,智能电视并不仅仅是用来“看”的,更是用来“玩”的。

CHiQ二代 智能导视“玩”定制

有不少目前的智能电视用户都曾有过这样的问题,智能电视操作的便捷性同电脑相比并不友好,往往在打

开电视之后拿着遥控器面对着海量的资源一筹莫展,我要看什么?面对这一问题,CHiQ二代电视就用“玩”的方式,提供了解决方案,这就是CHiQ二代电视的智能导视功能。

所谓智能导视功能,就是基于实时收视率统计分析的排名推荐,帮助用户了解热门、寻找热门,自动关联用户所收看的电视剧或综艺节目,并自动找到关联的更多剧集,主动及时地推送到用户面前。

智能家电时代,很多研究认为,年轻人作为消费主力,抓住年轻人的特点和需求才是王道。而年轻人的消费特征,就是一个“懒”字,了解他们的需求,根据他们的需求提供他们需要的服务,想在他们的前面,走在他们的前面,才能抓住他们的心,这就是智能导视的核

心理念。

CHiQ二代 同步亲情“玩”移动

除此之外,爱自拍的年轻人也有福了,你们在外面旅游、生活拍摄的照片,可以实时上传,你的父母在家里也能通过CHiQ二代电视轻松接收,享受天伦之乐,CHiQ二代电视还可以为用户定制个性相册,用户在线点击支付冲印后,一本属于您的精美主题画册就可邮寄到家。

CHiQ二代 M+双芯“玩”游戏

说起玩,游戏必然绕不开。电视游戏在欧美和日本十分流行,PS系列和微软XBOX系列游戏机在全球风靡,但高昂的主机价格和游戏软件价格让电视游戏在中国成为小众消费。但不可否认的是,在大屏幕电视上享

受游戏的乐趣是很多中国年轻消费者的梦想,CHiQ二代电视适时满足了我们的愿望。

目前,普通的智能电视作为一台超大屏幕的平板电脑,其实也可以在一定程度上满足消费者游戏的需求。但性能和兼容性问题致使游戏运行不畅,很大程度上影响了游戏体验,CHiQ二代电视打破了这一现状。

近日,由长虹CHiQ冠名的CHiQ杯《狂野飙车8:极速凌云》“长虹万元大奖赛”正式打响,108万报名的极速玩家展开线上对决,风驰电掣不断刷新纪录;3月19日,前六名顶级赛车手参加线下CHiQ二代电视对抗赛,决出前三名。最终在3月26日,这三名选手和线下比赛的唯一女选手——游戏女神桂晶晶共同来到了长虹CHiQ二代电视发布会现场,为CHiQ二代电视的游戏性能站台。

CHiQ二代电视在运行大型游戏时有如此精彩的表现,基于“M+双芯”技术。目前,市场上流行的智能电视都在对比内核,但无论怎样都未能跳出传统电视SOC的“TV芯”定义。而CHiQ二代电视则同时具备“Mobile芯+TV芯”的协同能力,凭借与强大的云服务大数据处理平台的协同,具备了超级信息运算、存储、分析和处理能力,成为移动互联网生态圈中智能应用与内容交互的中心。

演绎年轻 产品经理“玩”产品

长虹是一个拥有多年历史的老牌电视厂商,在一般人的印象中,越是历史悠久的厂商在面对新兴事物时反应速度总是慢人一拍,但长虹却打破了这一“魔咒”。无论是CHiQ一代还是二代,长虹都走在了同类厂商的前面,这与长虹的年轻化转型也有关系。

这次发布会上,长虹发布的不仅是CHiQ二代电视,同时还有他的产品经理陈科宇。80后的陈科宇,被称为“长虹史上最年轻的产品经理”,他带领一支年轻的团队,通过对各类年轻人群体和高端用户的沟通、调研以及创意参与的吸纳,精准地把握到年轻人的喜好和需求,因而可以将年轻人的愿望通过互联网思维融合技术创新实现在产品中,研发出年轻人爱玩的电视,可以说CHiQ二代电视的开发是一款真正由年轻群体参与并为自己定义的产品。

陈科宇也许并不是目前业界的名人,但他代表着长虹的趋势,以及整个中国智能家电界的一个趋势,那就是想做出年轻的消费者喜欢的产品,首先你要懂他们,和他们玩到一起,打成一片。

中国电子商会副秘书长陆刃波的态度十分适合对长虹本次发布会做一个总结,他说:在这个到处都是互联网思维和家庭互联网战略的家电市场,曲高和寡从来没有意义,只有真正能和消费者玩到一起的品牌,他们的产品才有可能获得消费者的认可。(张鑫)

