

## · 鉴赏室 ·

新世纪的开启必然需要一些新的事物来迎接。下面就为大家介绍一些今年流行和刚刚推出的家电新品,拥有这些后,不仅能够提高生活品质,还能在给你带来乐趣的同时帮助你完成工作。

## 智能云电视



在TCL全线双核产品阵营中,全球首款双核4D一屏双显智能云电视云屏 V6500是目前最为热销的高端机型之一。除了具备足以应付各种需求的双核处理器,V6500还拥有“4D一屏双显功能”,元旦团聚时,一家人就不再需要争抢电视遥控器,一台电视两个画面多人欣赏,其乐融融。

**编辑点评:**TCL新近联合好莱坞大片《云图》推出了全球最智慧智能云电视。凭借业内领先的极智交互系统和双核智能云技术,无需复杂的遥控器及鼠标操作即可让电视看懂你的手势、认识你的脸、听懂你的话语,成了元旦潮流一族的首选。

## 针式打印机



这款爱普生针式打印机LQ-680KII打印头可承受4亿次击打,机身采用全钢结构设计,平均无故障时间为2万小时,具有突出的耐用性,被业界称为“金刚不坏”。爱普生LQ-680KII针式打印机具有超强的1+6联拷贝打印功能,可以一次完成多达7联的复写打印,而且打出的最后一联就如首联一般清晰。

**编辑点评:**爱普生针式打印机LQ-680KII,凭借稳定耐用、超强复写打印、简单易用、节能低耗等特性,充分满足了“双11”、“双12”网购高峰期的海量快递单打印。其稳定耐用、超强复写打印、节能易用等特性成就了该快递公司的高效运转。

## 4K平板电视



这款全新索尼KD-84X9000是一款4K电视。具备优秀的图像控制处理能力,采用索尼独有的“4K迅锐图像处理引擎PRO”。其内置特定图形数据库并新增3D精密显像功能,专门优化3D画质,且能够对画面中人物、文字等对象进行针对性分析处理,实现画面的智能动态调整,从而让用户拥有最适宜的观看感受。

**编辑点评:**该款电视外观时尚,性能主打高端。采用了三块高性能的处理芯片,可以进行4K分辨率的超解像处理,即便是1080P甚至更低的输入信号,经过4K超解像处理后也能达到更加精细的效果。

本报记者 孙聪颖/整理

# 乐视机顶盒质量频遭投诉

## 乐视推出免费机顶盒

日前,乐视推出第二代机顶盒,价格不再延续之前2000元的定价,而采取盒子本身免费,但需要加收一年的独家内容服务费399元。第二年起用户可自主选择是否付费,如果不继续付费也可以看全网的内容,但是不能看独有的超清片源内容。据悉,该产品将只在乐视TV官方网站进行销售。

这样的定价策略也决定了乐视不依赖硬件来盈利,而是靠服务费等其他方式盈利。乐视致新高级副总裁杨芳表示,随着智能机顶盒市场的日益成熟,到了迅速占领市场的时机。与传统IT、手机、家电等硬件制造商仅靠硬件获利不同的是,乐视可以依靠独有的生态系统、盈利模式和营销模式,去实现在硬件上的0元赠送,而通过内容、广告获取收入。乐视网连续推出多款智能机顶盒,针对的是电视机存量市场。

## 存量空间萎缩

乐视一直宣称的要颠覆智能电视的收看模式,通过机顶盒在低成本的前提下将普通电视变智能电视。然而这样的战略,乐视

希望通过智能电视机顶盒撼动存量电视机市场的乐视,恐怕计划要落空。因为随着3D显示方式的逐渐渗透,消费者对3D的认可度越来越高,配备外置机顶盒无法实现显示方式的升级。而近日由于质量问题,乐视机顶盒也频遭消费者投诉。

## 面临三大问题。

首当其冲的就是受众小,据记者了解,目前存量电视市场中有七成彩电并不具有高清多媒体接口,而乐视的机顶盒必须通过这样的数据接口和电视进行连接。所以尽管存量电视不少,但其中带有HDMI(高清多媒体接口)接口的平板电视占比仅有三成,这意味着七成的电视都无法外接乐视的盒子,要想变成智能电视,只有更换新的电视。

其二,机顶盒无法实现显示方式的跨越。行业机构奥维咨询数据显示,40英寸以上3D电视的渗透率更达到了65%,预计2013年初3D显示方式的渗透率会达到80%。中国电子商会副秘书长陆刃波指出,消费者对3D显示方式的热衷,意味着大部分消费者更倾向于选择3D电视,尽管399元的机顶盒远小于一台新电视的价格,然而缺乏3D这样的显

示标配,机顶盒市场就会变窄。此外,有消费者表示,换不换电视并不是只有内容多少决定,是否节能、外观是否时尚都成为考虑的因素,内容只是一方面。

彩电厂商在内容上的突破也会削弱乐视的竞争,之前三星与百视通合作推出了互联网电视,而国内彩电巨头创维宣布与互联网电视服务商优朋普乐以及南方传媒达成合作,正式上线“直通好莱坞”栏目,这些品牌的电视都可以为消费者提供海量的内容。对此,陆刃波指出,一直以来机顶盒都是特殊时期的过渡产品,因为现在的大趋势就是将内容和服务内置进电视内部,彩电厂商的努力已经看到成效,这样乐视一直打得内容牌竞争力就不太明显。

## 硬件实力遭诟病

乐视不断强调,不是靠硬件赚钱,所以才推出

免费机顶盒,但消费者指出,不管是免费,产品质量必须有保证。不少消费者反映,乐视推出的第一代机顶盒2000元体验并不是很好,对网络环境要求很高,WiFi连接经常断网,断网后也不会提醒。更令消费者恼火的是,断网后必须重新开机才能连网,这样之前收看的片子必须重新选择,收看的断点也需要重新加载。此外遥控器根本无法远距离控制盒子,只有将遥控器紧贴着盒子,不断尝试连接,遥控器才会发挥作用。之前乐视方面相关负责人也承认,此款盒子的确存在这样的问题,需要改进。

此次推出的“免费”机顶盒,实际价格只有第一代价格的1/5。乐视方面相关负责人表示,价格降低是因为金属外壳被去掉,换成磨砂外观,所以价格才会大幅下降。对于降价后新产品的品质如何还得接受市场考验。分析人士认为,尽管互联网领域经验丰富,然而硬件生产经验不足,这也是乐视宣布推出智能电视,却迟迟不见新品的原因,卖的毕竟还是硬件,生产、供货、品质都要跟得上。

本报记者 孙聪颖

# LG 斯黛乐亮相欧美高端生活展

近日,2012欧美高端生活展览会在北京召开。包括LG电子(LG斯黛乐智能衣物护理机)、Versace Home(范思哲)、Armani Casa(阿玛尼)等在内的数十家代表尊贵生活和一线奢享的高端家居品牌和产品在此次展会中亮相。这一代表了欧美高端家具顶级水平的展览会,为国内消费者带来了最奢侈的欧

## 美典范家居家电体验。

在本次展览中,LG斯黛乐智能衣物护理机十分显眼,在现场即有五台产品销售。

一位现场买家告诉记者,对于高端人士而言,简约和平衡才是真正惬意的生活方式,而现代和未来科技追求的正是智能化产品为人们带来的高层次便捷。

据悉,LG斯黛乐免去衣物护理烦恼,毫不费时费力,39分钟除褶皱、除异味、防过敏、轻柔烘干等一站式护理,为高端人士带去超越专业店的科学健康的衣物护理新体验。在把衣物挂进LG斯黛乐后,机器内部的蒸气喷雾将进入衣物深层抚平皱纹,这一过程伴随着高频震动衣架每分钟220次的抖动,让衣

物迅速成形。其内部的异味过滤器,配上魔力蒸气粒子可以最大程度上吸附异味因子。

LG斯黛乐还具有防过敏程序,其除菌抗敏作用堪比阳光。经测试,LG斯黛乐的蒸气在39分钟内的消毒率达到99.9%,远远超过日光干燥8小时所能达到65%的除菌比例。

本报记者 金朝力

# LED液晶电视成消费者年终抢购目标

随着年底的到来,家电产品也迎来了新的销售高峰。近日,记者从易迅网了解到,LED液晶电视、各种小家电、单反相机等都成为消费者抢购的对象。

根据易迅网对过去一周热销商品的梳理,海信一款42英寸LED液晶电视、TCL一款LED液晶电视和16G白色版iPhone 5裸机成为年底销量前三的商品。LED液晶电视的销

量都在1000台以上。不少消费者都希望在岁末年初的圣诞节、元旦节换台家电,好好奖励自己。

而从本月中旬启动的易迅网第三届手机节,在此次圣诞节的节点也再度迎来销售高峰。除了iPhone 5,同样是在易迅网首发上市的华为荣耀四核爱享版近一周的销量也接近2000台。此外,三星GALAXY系列、iPhone 4S等明星机型销售也持续火爆。

同时,笔记本电脑、单反相机这些数码产品动辄数千元的价格,都没有打消消费者的热情。数据显示,宏碁一款3000多元的14英寸笔记本电脑在过去一周就销售了516台。

据易迅网方面介绍,此次易迅的圣诞、元旦促销主打彩电、生活电器、百货、数码3C,预计整网销售额将环比11月增长80%。此外,易迅方面还透露,把握圣诞、元旦的节

点,易迅还将从今日开始启动涉及全品类的跨年狂欢盛宴,活动全场商品低至5折。而记者通过查询国际流量排名网站Alexa也发现,从11月开始,易迅网的流量排名就超越了苏宁易购,正在向京东商城靠近。据腾讯内部人士向记者表示,目前易迅网的流量日均在400-500万UV,“双12”当天更是超过了800万UV。

本报记者 金朝力