

数码 IT: 走过百家争鸣的一年

数码音频关键词 视频 MP3

MP3、MP4 之间已经没有界限, 视频 MP3 出现在人们的视野中

今年的数码相机市场最显著的特点就是入门级数码单反相机的迅速发展。而在 IT 方面, 笔记本产品呈现出商务机型娱乐化、娱乐机型个性化等趋向, 都注定了 2007 年成为笔记本市场不平凡的一年。

晚报记者 虎萌/文
赵楠/图



今年 MP3 和 MP4 的界限已经被打破, 出现了结合两者优点的产品大量出现, 而造成这样状况

的直接后果就是我们无法再用 MP3 或者 MP4 来准确地称呼这类产品, 其实早在 2006 年下半年就

已经有了这样的趋势, 从第一款“视频 MP3”RM100 出现开始, 其就如雨后春笋般出现在了我们的

视野中。在 2007 年的优化发展后, 这类产品终于在市场上占据了主流地

位, 其后魅族的 miniplayer、蓝魔 RM200 等产品更是掀起了一阵视频狂潮。

数码相机关键词 单反相机

主流单反“千万”起步

2006 年索尼单反的横空出世, 彻底将数码单反带入了“千万”大观。尼康佳能的迅速跟进让这个阵营相当可怕。尽管

总有人在争论“千万”像素是否具有实际的意义, 毕竟时代在进步像素越来越高可以发挥镜头的素质。相信在不久的将来

来 600 万像素和 800 万像素将会变成一个照相机发展中的符号。尽管千万像素并不能完全决定照片的品质, 影像传

感器的尺寸、图像处理算法及镜头的品质同样对照片素质有决定性的影响, 但我们肯定不会拒绝高像素的诱惑, 毕竟

我们可以获得更大的输出尺寸。

相信不久以后各种各样的“千万”单反将会出现在我们眼前。

笔记本关键词 价格 独立显卡 时尚轻薄

厂家大打价格战, 笔记本电脑价格一降再降; 独立显卡让今后的游戏画面不再一卡再卡; 笔记本成为继手机后的又一大时尚消费品, 不再是商务人士独有装备

自新年伊始, 笔记本电脑市场的战火似乎没有停息。如今一台五六千元的笔记本电脑都有着不错的配置, 甚至还配上了主流的双核处理器、独立显卡等。笔记本电脑价格的下跌无疑是硬件技术日新月异的最好见证。笔记本

电脑除了处理器、芯片组、无线模块等主要配件以外, 其他配件(比如内存、硬盘以及液晶屏)的价格也是影响本本最后成本的重要因素。

在大多数人眼里, 以往具有游戏功能的独立显卡笔记本就是“娱乐”的代

名词。但伴随着 HD 高清视频解码等数字化娱乐技术加入新一代独立显卡之后, 游戏迷不再是独立显卡机型的唯一用户群, 家庭用户、时尚一族、在校大

学生都将独显笔记本视为首选, 严谨的商务机型也慢慢与独显联姻, “商务娱

乐主义”潮流逐渐在写字楼中风行。

随着硬件技术的提升, 笔记本电脑与台式机的性能差距逐渐缩小, 而其良好的移动性能又是台式电脑无法比拟的。笔记本电脑不再是商务人士独有的随身装备, 更多人加入到使用笔记本

用户行列中来, 而时尚的外观和轻薄的体形也就成为了 2007 年度用户对笔记本电脑新的需求。炫酷的材质、新型的技术都被应用到笔记本外观设计中来, 而在性能与便携中找到平衡点, 成为今年笔记本产品又一特点。

中国第一品牌点亮中原第一牌

海尔奥运景观霓虹灯亮灯二七广场

12月25日圣诞之夜, 2008北京奥运会赞助商——海尔携手郑州新友谊集团, 在二七广场隆重举行国际友谊广场楼顶户外景观牌亮灯仪式。

该霓虹灯牌发布的是海尔 LOGO 与奥运标志的组合图案, 填补了二七广场周边无奥运景观广告牌的空白, 海尔还特别邀请了曾经荣获世界“残奥会”冠军的两名残障学子, 与郑州市民共同见证了这一时刻。

在郑州国际友谊广场楼顶户外广告牌亮出巨大的“Haier”LOGO 与奥运标志组合图案时, 也点燃了人们对以海尔为代表的民族品牌决胜奥运年的期盼。

郑州国际友谊广场楼顶巨型霓虹灯牌, 是二七广场周边地理位置极佳、视野范围最广的黄金户外传播平台, 在郑州市户外传媒界素有“中原第一牌”的美誉。海尔此次“入驻中原第一牌”, 并选择在圣诞之夜举行极为隆重的亮灯仪式。既充分表明了海尔对河南市场的重视, 同时也展示其打造全球化品牌、抢占 08 奥运先机决心。

据海尔方面透露, 近年来, 伴随着河南经济的飞速

发展, 河南已成为海尔在国内最重要的市场之一。08 奥运年是海尔集团充分发挥奥运会赞助商的年份, 也是全面实现大跨越发展的关键年份。海尔集团此次重金买断二七广场霓虹灯牌发布权, 使其成为海尔在国内中西部地区新增户外核心传播平台之一。前不久, 在国家商务部、财政部联合在河南、四川、山东三省试点推出的“家电下乡”计划产品招标中, 海尔冰箱、彩电、手机三大类一举中标, 成为家电下乡计划招标的最大赢家。这将意味着, 今后河南农村居民凡在指定销售网点购买上述海尔三类中标型号的家电产品, 均可获得一定比例的财政特别补贴。

2008 元旦、春节双节期间, 郑州海尔工贸公司为配合国家“家电下乡”计划, 将在河南全省推出“家电大篷车下乡”等一系列真情回报活动, 全面启动 08 奥运年的市场拓展。此次二七广场霓虹灯牌亮灯仪式, 也将全面拉开海尔在河南市场的“双节”推广序幕。

在二七广场海尔“中原第一牌”亮灯仪式的当日下午, 海尔与郑州新友谊集团还联手在二七广场举行了万

人签名迎奥运活动, 吸引了众多市民的参与。

亮点

吹响中原大地奥运号角

“让残障的孩子在海尔搭建的平台上, 享受到来自社会的平等与尊重, 这才是真正实现全民奥运。”

25 日, 在郑州海尔工贸有限公司举行的“奥运海尔点亮中原”亮灯仪式上, 海尔特别邀请了曾经荣获世界“残奥会”冠军的两名残障学子, 与省市领导一起, 点亮中原奥运宣传牌。

万人签名助奥运

“为祖国, 让我们一起赢”, 25 日下午, 虽然天气格外寒冷, 但郑州市二七广场热闹非凡, “奥运海尔 点亮中原”万人签名活动在这里隆重举行。严寒的天气丝毫没有阻挡人们支持 2008 奥运的热情。热心的消费者踊跃参加, 场面十分火爆, 此次活动会持续到傍晚。在活动中, 海尔还展示了一系列金牌产品, 还有海尔金牌服务师现场真情服务。

传播奥运 造福中原

“通过持续不断的公益活动, 能够让海尔全体员工知道, 社会上有很多需要帮



助的人, 从而用每个员工的爱心体现企业的社会责任, 增强品牌凝聚力, 弘扬民族精神。”海尔方面相关负责人表示, 这也是更好地共建和谐社会。

中国家电资深观察家刘步尘认为, 积极开展爱心公益活动, 实际上是企业深谱付出与回报成正比道理的表现。此次海尔让残障儿童点亮奥运宣传牌, 真正海尔奥运精神, 不仅把海尔民族品牌形象树立在中原人民心中, 更让奥运精神活在百姓中间。

“除非你是石头人, 否则一定会为这场仪式所打动”, 的确, 海尔让残障儿童身上所体现出的对于生活

的乐观态度展现给大家, 比任何支持奥运的力量都强大, 真正实现全民奥运。

奥运精神是一种不断追求的精神, 一种拼搏奋斗的精神, 海尔精神与奥运精神在持续创新挑战自我方面融会在了一起。正是由于持续创新和不断挑战自我, 奥运精神才深入全人类的心灵深处; 也正是由于不断挑战自我、战胜自我, 海尔集团才得以在创业 20 年迅速成长为全球营业额过千亿元人民币的世界级自主品牌。

支持奥运 传播奥运

在传播奥运方面, 海尔实施了奥运公益计划、海尔奥运城市行计划和奥运大

篷车传播计划, 以奥运主人的身份积极传播奥运; 在支持奥运建设方面, 海尔通过绿色奥运场馆计划、整套家电奥运村计划和整套家电装备中国奥运军团计划来实现对奥运场馆和中国代表团的支持; 在服务奥运方面, 海尔又推出了运动员服务计划、海尔志愿者服务计划和全球金牌客户、用户款待计划, 以奥运主人的姿态、用海尔的真诚服务款待全球来宾。

2008 年, 海尔将携手 CCTV 再次走进全国 100 个城市, 让更多市民近距离体验奥林匹克运动, 享受生活的奥运。
李红卫