森地悍马电动车全线升级

2008年刚开始，电动车市场呈现出季节性的沉寂状态,然而,河南森地助力车有限公司的上上下下却异常的忙碌。因为森地悍马系列电动车全线升级,多达15款的悍马系列二代升级产品一次性集体亮相,炫彩登场。

森地悍马系列产品作为森地品牌旗下的中高端产品更是逆势而上，成为市场之翘楚。森地悍马一代产品的热销,自然为市场对悍马系列产品的认知和口碑奠定了良好的基础，森地悍马系列升级后的二代产品事实上已积聚了更多的期待,15款之多的产品群一经上市，在短短的几天内迅速普及到森地公司1000多家经销商的2000多个专营店中，并很快又一次形成了电动车购买的热岛效应，让这个波澜不惊的冬天燃起了一把火。 谢宽

TCL全高清液晶伴您度过超值双节

为迎接新春佳节、2008北京赛事的到来，一场以“喜赢2008-TCL FULL HD全高清液晶电视领跑视界”为主题的大型促销活动正在全国轰轰烈烈地展开。

在这次活动中,TCL为了回馈广大消费者，推动全高清产品在中国家庭中的普及，将全高清液晶电视价格做出调整,让消费者以优惠的价格就能获得全高清液晶的超值享受和服务。

据了解，在TCL全高清液晶阵营中，薄绝H78是全球最薄的全高清液晶产品，其超薄屏体、超薄电源和隐藏式音箱的创新设计,造就了H78机身72毫米的厚度。此外，它集合了目前业界最顶尖的FULL HD和全高清MEMC技术，彻底根除了运动拖尾、画面抖动等长久困扰液晶行业的难题，是欣赏2008北京赛事的最佳机型。

谢宽

新年平板销量驶入快车道

海信连续4年稳居平板彩电销量榜首

根据2007年12月份中怡康最新统计数据显示:海信高清大平板销量年度累计占有率超过11.83%,超过第二名的份额30多个百分点;同时,海信也是年度彩电销售额唯一一个超过10%的品牌,占有率达到10.79%,超过第二名14个百分点。至此,海信已经是连续第四年稳居中国平板市场销量的榜首位置,海信作为国产彩电品牌领军企业的优势地位得到进一步的巩固。 晚报记者 谢宽/文 赵楠/图

技术成为制胜的法宝

彩电业内专家陆刃波认为，在合资品牌大规模降价冲击市场的情况下，海信能够稳定地占据市场榜首位置，并且能够在连续四年的时间里一直处于领先的地位，这与企业坚持技术立企,充分发挥技术研发、产品功能、品质等企业综合优势是分不开的。同时从市场占有率排名来看，以海信为领军企业的国产品牌稳占主导地位，进一步证明了国产品牌坚持整体价值战策略的正确性以及所取得的阶段性成果。

海信电器股份有限公司总经理刘洪新告诉记者，具备强大的技术研发平台以及研发能力是实现企业良性、快速发展的根基;同时,依靠这种平台能够率先推出符合市场需求，有效融合消费者多样化个性需要的产品才是企业能够快速制胜，并保持领先优势的根本。2007年9月份海信推出了首款由欧洲研发中心顶尖级工业设计师倾情打造的海信真+天翼系列高清大平板,该系列产品技术优势明显,外观典雅、流线分明,宛若天使之翼,这一系列高端产品的批量上市成为整个平板市场最受关注的热点,也成为海信市场制胜的法宝。

研发平台不断升级

海信是中国平板电视产业技术研发层面的动作最为频繁、力度最大的。海信每年将收入的5%费用投入到技术研发领域,截至目前,海信已经在平板电视领域取得技术发明专利达500余项,其中260余项是在核心领域取得的。2007年4月份，中国彩电行业第一个真正意义上的欧洲研发中心——“海信爱因霍恩研发中心”全面运行,海信“60%的产品设计工艺吸纳进口因素,这其中60%的产品用于出口”的研发思路得以很好地贯彻实施;与此同时,2007年7月第一个依靠企业建设的数字多媒体国家重点实验室在海信建成，至此海信搭建的“欧洲——美洲——中国”这一24小时不间断的全球研发平台最终告成。强大的技术研发平台以及卓越的核心技术研发能力从根本上保障了海信能够在行业内领先对手3个月以上的时间批量推出符合市场需求的主流高端产品。

随着2008传统春节即将来临,近期的彩电市场再次迎来一个销售高峰。面对这一市场契机，海信又率先推出了数款真+家族的液晶电视——海信E29P系列液晶电视,作为真+系列产品的拓展和延伸,该系列产品具备了FULL-HD全高清技术、光感变频等国际流行的平板电视新技术，实现了动态清晰度和静态清晰度完美融合，该产品成为目前市场上功能最为齐全的高端产品。随着海信持续地推出符合市场需求的高端产品,2008年海信在进一步巩固自身领先地位的同时，也必将强势捍卫平板电视中国创造的民族自豪感。