

蓄势待发 中州通讯亚细亚店明日开业

□晚报记者 冯刘克

“这次店面装修非常高档。一节柜台就要3000多元,我们将在亚细亚店布置100多节这样的柜台。”中州通讯企划部经理王冲说。为了筹备6月28日亚细亚店的开业,王冲已经在装修现场没日没夜地坚守了多日,神态疲惫,声音嘶哑。他接着说:“这将是中原地区最大最专业的手机卖场单店,两层,6000多平方米。同时也是中原地区首家全开放式手机自选超市。”

经过紧张的筹备,中州通讯着力打造的亚细亚店将于明天开业。这家店占据了亚细亚一层和负一层,营业面积比以前的亚细亚店增加了很多。这为更多手机产品的陈列和销售提供了机会,更多的产品经营种类又为消费者提供了更大的选择空间。

王冲表示,近日家电卖场在二七商圈的新店开业,增强了二七商圈的吸引力和凝聚

力,也改变了二七商圈的商业格局。中州通讯在新的二七商圈格局中占据了一个核心位置,这种地理位置的优势将在以后的经营中显现出来。

据介绍,经过升级改造,中州通讯将拥有高档舒适的购物环境,完善合理的功能设置,人性科学的区域划分。销售区、形象专区、休息区、VIP客户区、增值业务区、移动专区、体验区等一应俱全。新增4部电梯,将一层和负一层紧密连接起来,通过负一层设置的移动专区和增值业务区形成吸引力,吸引客流,从而达到一层与负一层之间的互动销售。

另外,中州通讯亚细亚店开业之后,服务水平将提高一个档次。除了卖场销售人员服务质量提高之外,还将和通信运营商进行更深入的合作,取得更大的业务权限。类似办理停机、话费清单打印这样的业务以前只能在运营商的营业厅办理,而以后中州通讯亚细亚店就能提供

了,包括动感地带最新的体验区也将在亚细亚店呈现。

相关链接

为庆祝重装开业,中州通讯亚细亚店从6月28日至30日推出系列促销活动。促销活动包括买多少钱手机,送多少钱话费,该项目以抽奖形式产生,每天共设置20个中奖机会;中州通讯开门红,免费红包送不停,开业期间,凡是持中州通讯DM单页或报纸广告的客户,均可免费领取红包一个,每人限领一次;特价手机乐翻天,购机中奖百分百,奖品包括电视机、电动车、电风扇、精美水杯等;凡开业当天购机的客户均可在动感地带营业厅体验新业务一项;凡开业当天在中州通讯动感地带营业厅办理业务的用户均可获赠精美礼品一份;动感地带存套餐送套餐,存话费送动感好礼;神州行用户存话费送话费和礼品。

兼收并蓄,独步天下

——TCL全模式高清数字电视一体机领航上市

近日,TCL在京正式推出全球首台“全模式高清数字电视一体机”。作为国内现阶段唯一在技术与商业领域同步提供全面解决方案的新品,TCL全模式高清数字电视一体机给市场与消费者带来前所未有的高清享受。

兼收并蓄,全模式自由看

我国的数字电视传输主要分为有线数字信号和无线地面数字信号。有线信号已经在全国大部分地区普及,无线地面信号当前仅在部分地区开通,而目前市面上的数字一体机,尚只能接收无线地面数字信号。

TCL全模式高清数字电视一体机所独有的数字接收与解码系统,能够兼容地面数字电视信号(包括高清和标清)、有线数字电视信号(包括高清和标清)和传统模拟电视信号,消费者收看高清节目,不需要机顶盒,并且可根据所在城市信号的开通情况来选择不同的收视方式。

“零损耗”数字高清全体验

TCL全模式高清数字电视一体机能将数字电视信号的接收、解码和显示融为一体,实现全程数字化影音处理,从而有效避免了信号在传输、转换过程中的损耗,在电视屏幕上呈现真正

的、完全的数字电视高清画面,给消费者带来真正的数字高清视听体验。

记者在卖场看到,TCL全模式数字一体机第一批机器已在6+2奥运城市同步上市,该款全模式数字一体机在保留了TCL 08年新品E9悦然时尚外观的同时,也传承了行业内突破性的“自然光”技术,在收看高清节目的同时,自然光技术将能降低高达50%的能耗和有效减轻视疲劳,再配合上1080P和10BIT屏、10BIT驱动技术等硬件与软件的支持,能全面展现数字时代的高清视听魅力。

唐丽华

液晶选购新标准,硬屏渐成新主流

液晶电视市场酝酿新变革

液晶电视“软、硬”有别

电视的屏幕好比人的脸颊一样,不论什么时候,脸上有光肯定是大多数人所希望的效果。对于家中的液晶电视也是一样的道理,即使是在关闭的状态,也很少有人会用手去直接触摸电视的屏幕,因为一旦在屏幕上留下手上的汗渍,不仅严重影响美观,清洁起来也十分困难。我们对液晶的传统印象是液晶都非常娇贵,只要用手轻轻一碰,触及位置就会很明显地出现水纹扩散现象,虽然对画面显示稳定性的影响很快就会恢复,但是还是让许多人对使用这种液晶面板的电视脆弱性感到担忧。此外,这种屏幕由于表面非常脆弱,任何不经意的撞击或挠划,都可能让价值不菲的屏幕出现损坏。网络里就不乏消费者因为无意中碰到了家中的液晶电视屏幕,结果造成屏幕大面积裂痕,以至于整个电视报废的不幸消息。根据目前液晶电视的售后维修细则,这种情况并不在保修范围之内,因此,对于传统液晶电视来说,轻轻一个点就可能造成无法估计的损失。

相比这种比较“软”的液晶电视,市场上还经常看到一种被称为“硬屏”的液晶电视。这种硬屏液晶电视采用了一种叫做IPS的硬屏技术,由于拥有稳固的液晶分子排列结构,不仅可以完全消除液晶显示屏在受到外界压力时出现的模糊及水纹扩散现象,而且画质更加细腻,可视角度几乎达到180度,在显示动态画面时,对色彩稳定性和层次感的提升也大大提高,而且能保证图像显示的清晰度,更加适合观看比赛节目等动态画面。据了解,在科技含量较高的专业领域如航天、医疗、设计、传播等行业,都会使用色彩还原性更好的硬屏液晶。而且在北京地铁5号线等公共场所也采用了更可靠的硬屏液晶,毕竟,软屏液晶轻轻一碰就出现水纹,实在让人觉得缺乏安全感。目前,像LG、松下、飞利浦、创维等许多品牌都早已把这种硬屏配备在主流产品上了。

当液晶电视在几年前走下神坛之后,人们便可以用越来越低的价格从家电卖场里带回尺寸越来越大、效果越来越好的液晶电视。不过,除了厂商热衷宣传的尺寸和价格卖点之外,液晶电视本身也在演绎着一场质变,即使作为普通消费者的你,也很有必要了解这些变化之中隐藏的玄机,因为它几乎已经成为了未来液晶电视发展的新趋势,也将决定性地改变人们选购液晶电视的方式……

液晶进入“硬时代”

除了屏幕安全系数上的提升之外,硬屏作为液晶技术的革新,相比于传统软屏液晶的优势也绝不仅限于此。

首先,硬屏液晶电视具有非常好的可视角度。与软屏液晶相比,由于硬屏通过独有的液晶分子水平转换技术,基本上解决了多年以来传统液晶电视在可视角度方面的痼疾。因此在任何侧面角度内都可以观看到效果不打折扣的完美画质,而再也不用担心因为没有坐正而看到模糊、灰暗的画面。

其次,与传统液晶电视相比,硬屏响应速度更快,呈现的运动画面也更为流畅。在播放运动的时候,传统的软屏会因为“运动模糊

效应”而发生大规模图像失真现象以及颜色变化。在权威测试的“动态影像响应时间”灰阶的对比中可以看到,无论在60Hz或者120Hz画面,硬屏液晶电视在各个灰阶里表现出均衡的“动态响应时间”,也就是说,不论在显示动态还是静态画面时,硬屏液晶电视都可以非常好地表现。而软屏液晶电视则恰恰相反,所表现的图像画质在各种画面下的表现力有很大差别。

再者,硬屏液晶电视具有非常高的对比度,纯黑层次更清晰。硬屏液晶在各个灰阶中的白平衡变化完全可以忽略不计。通俗一点说,硬屏液晶电视所显示的画面比较软的层次感更为清晰,画面表现更为生动。

硬屏液晶显示器更节能

而在面板的利用率上,硬屏技术与传统软屏液晶相比也明显具有优势。例如市面上主流的42寸和40寸面板,采用硬屏技术的42寸液晶电视比采用软屏技术的40寸面积上多了67.58平方英寸,这不仅仅是2英寸字面上的差别。42寸画面上更能完整显示数字电视的画面,40寸的画面则稍显逊色,而且边角上的小部分显示不出来,还原画面有损失。

此外,寿命和能耗两个指标也颇为值得关注。按照目前的标准,硬屏液晶的寿命为7

万小时,大于传统软屏液晶6万小时的设计寿命。另一方面,硬屏液晶相比软屏液晶来说,耗电量进一步下降,比传统液晶更为节能省电更环保。比如42寸硬屏液晶电视与40寸软屏液晶电视相比,前者尽管尺寸大,但是平均功耗只有220W,后者的平均功耗则达到了245W。这样,再按照软屏六万小时的寿命计算,使用硬屏液晶电视可以节省2100度,按居民用电0.6元/度计算,相当于节省支出电费1260元。



记者观察

选液晶也要遵循“硬道理”

液晶面板对于液晶电视来说就像电脑中的CPU一样,是决定一台液晶电视技术、性能等最核心的部件。仅仅是液晶面板的价格就占到了液晶电视总成本的三分之二以上。因此,买液晶电视看面板,也就自然而然成为雷打不动的首要依据。既然液晶面板在技术上已经在悄悄地发生变化,那么对于普通消费者来说,选购液晶电视的标准也一定要据此而“与时俱进”,才能不至于花巨资而买回“过时”的产品。

首先,大家需要学会如何鉴别软硬屏。一般来说,传统的液晶板大多数都是软屏,很多面板厂商都在生产,品质参差不齐;而硬屏则只有LG Display提供,仅产于韩国坡州,因此,只要学会如何识别IPS硬屏,就可以了。最简单的方法就是轻触,用手轻触液晶屏幕,若无水纹现象,则可确认为硬屏;若出现水纹现象,就是软屏。另一个办法就是简单感知一下屏幕的温度,同样尺寸的液晶电视,硬屏比软屏的屏幕温度更低,能耗也更少。其次,要看品牌。

目前为止,像合资品牌中的松下、东芝、飞利浦、日立、LG以及国产品牌中的海尔、创维等都有大量的液晶电视采用硬屏,各个品牌之间的性价比虽然有所差别,但是总体来说,硬屏都被应用到各个品牌的中高端产品中。

持续高温 志高空调销售“井喷”

高温天气持续多日,空调市场亦随即快速“升温”。记者走访一些大卖场发现,空调柜台前均是一派热闹繁忙场景,久违的排队抢购又重新上演,销售“井喷”真正呈现,相当一部分厂商均表示,完成年度目标已不是问题。

据志高佛山产管中心总经理何绍昌透露,近来几天,佛山地区最高气温达到了37℃,这极大地助催了空调旺销局面的全面形成。从6月20日开始至今,单日实际销量均是计划量的3至4倍,而在各大连锁卖场的销量相比此前的增幅高达200%。

据悉,志高深圳以及粤西的江门、阳江、茂名等市场也同样上演着销售“井喷”好戏。而志高驻总部门市部的一位营销代表告诉记者,近期零售销量较之前段时间增幅达到了200%~300%。

据进一步了解,志高已有相当一部分市场已接近完成年度任务,其中上海渠道目标任务已率先告捷,北京、南京、徐州、南通、广西等区域也正在作最后的旺季冲刺。虽然摘取胜果已近在眼前,但志高旺季冲锋的号角气势未减,在全国大卖场和传统渠道同时启动的“节能为中国”大型推广活动仍在如火如荼进行之中,推广、礼品、临促、广告、核心门店等各种资源的集中释放,再加上炎热天气的助推,为旺季总攻进入了非常良性的轨道。据透露,志高主推的“双节能”产品——北奥之光系列以及“数码三超王”系列、“超能星系列”、“丽人之光”“安睡宝”等都正在成为消费者争相抢购的明星产品。

唐丽华