

# 带你玩转“微”世界 康佳7000系列全新升级上市

随着金九银十的传统购物旺季的到来,各大彩电厂商也使出浑身解数,想要拿下今年十一黄金周这个高地,知名彩电厂商康佳在上周推出1000系列新品智能3D电视以后,在本周又强势推出了微博电视7000系列,立志要做“智能3D中国第一品牌”的康佳,势必在这个十一掀起一股智能3D的旋风。

据了解,康佳7000系列最引人注目的功能专业电视微博,是在应用升级上最突出的贡献。康佳独家推出的电视微博拥有便捷的截图功能,方便用户轻松进行收、发、转及抓图操作,与手机版相比,电视版微博兼容性更强,

应用更智能。而康佳独创输入法、微博电视双向操作、在线棋牌等应用的植入,则打破了电视界限,实现了网络互连,使得康佳电视微博成为最便捷、最智能、最好玩的智能3D电视。其次是安全升级,康佳是名副其实的电视安全卫士专家,为7000系列配置的第三代安全卫士,全面更新了木马库,可实现保护账号、密码等个人隐私安全,以及保障微博电视系统安全等功能,经国家科学技术最高学术机构中科院权威认证,新一代安全卫士具有系统维护和反木马功能,属国内首创,是行业唯一智能化网络安全防护软件。

康佳市场部人员介绍,除了已经见到的1000系列,和即将上市的微博电视7000系列,以及重量级的康佳旗舰产品8000系列。康佳在短期之内推出如此多给力的新品,在彩电市场频频发力,证明了其深厚的研发实力和产品更新速度,也彰显了其强大的品牌实力。康佳7000系列新品的上市,展示了其在智能3D领域不断创新突破的决心,继续夯实了其“智能电视专家”的形象。康佳也一直致力于为消费者提供最实惠、最潮流、最高端的智能电视产品,全力推动智能3D电视的普及,带领国产彩电行业成功开启属于中国的“智能3D电视时代”。

朱江华

## 从今天到周日 海信内购惠卖活动继续进行

作为智能电视,海信I'TV亮点在于:实现了大屏传小屏(客厅里的电视所接收的任何有线电视节目都可以瞬间传到I'TV、智能手机等小屏幕上随意观看)、小屏传大屏(I'TV通过互联网搜索到的任何视频节目,特别是高清节目,都可以瞬间传到客厅的大屏幕上共享观看)、异地传屏(I'TV在外地也可以实时收看家里电视所能接受到的任何节目)等功能,使得“三屏互动”、“协同互传”成为现实,真正实现随时、随地、随心、随欲地移动观看电视;同

时,因植入智能推荐、社区交友等软件应用,该产品兼有网络、娱乐、PC及社交等功能,彻底实现由坐着看到抱着看的形态转变,某种程度上这台I'TV将是一台“社会化电视”,是电视机的“再进化”。

今年以来,电视的智能化发展成为国内外彩电领域最大的热点,拥有交互娱乐功能的智能电视成为推动产业升级的主力军,彩电升级正式跨入智能时代。已经率先全面启动智能化战略的海信,继上周内购惠卖取得智能3D电

视环比增长320%,销量的70%均是智能3D电视。海信本周将继续以30余款智能3D电视的丰富资源联合国美、永乐、苏宁、五星、大商等连锁卖场,以实实在在的优惠价格开展内购活动,让利给更多的消费者,比如37英寸的智能3D电视以旧换新优惠价2990元,消费者可以从即日起到各大卖场海信电视专柜预订,预存10元可以抵100元购机款,海信此举将全面引爆智能电视升级换代风潮。

晚报记者 朱江华

### 行业分析

## 五成不达标 电暖气缺乏能效标准

8月15日,记者从“2011全球电热产业峰会”上了解到,目前国内小家电生产企业约有5000家,虽然都贴着“低碳”标签,但真正能够达标的还不到五成,尤其即将到来的秋冬市场主力电暖气产品,尚无统一的能效标准,中国家电协会秘书长徐东生呼吁尽快出台国家能效标准以规范电暖气市场。

晚报记者 朱江华

超过2000家企业虽然张贴了“低碳”标签,但生产环节不符合环保要求,生产出的小家电产品也存在能耗问题,属于“伪低碳”产品。

有数据显示,一台带有加热、制冷功能的饮水机的日均耗电量超过1度,而一台被标示为一级能效的节能冰箱的日均耗电量仅0.4度,微波炉、电饭锅、电磁炉等小家电更是耗电大户,电饭煲一天的耗电量超过一台节能电冰箱。

“伪低碳”小家电产品盛行的原因与小家电行业技术门槛低、利润空间大有关。美的日用集团国内销售副总经理秦春透露,今年上半年包括原料、税收、工资等在内的成本上涨超过20%,部分小家电企业在坚持不调价或微调的情况下,其盈利更多只能通过生产成本的压缩来实现,“用铜包铝代替铜芯,用冷轧板代替硅钢片,从生产环节到成本都存在严重能耗问题”。

中国家电研究院副院长吴尚杰也表示,消费者往往对家电能耗标准要求比较高,从而忽视了对小家电产品能耗的要求。

徐东生认为,小家电市场空间巨大,在出口方面,日本海啸后实行限电政策,对低能耗小家电产品的需求进一步增长,这给国内生产低碳节能小家电产品的企业带来机遇。

“但企业规模和技术水平参差不齐,小家电产品要从低碳设计、低碳材料、低碳科技三大层面提高仍有很长的路要走。”徐东生表示。

记者从会上还了解到,对于即将到来的秋冬市场主力产品电暖气,目前国内业界尚无统一的国家能效标准,以至于包括国内的很多商家出口日韩产品因能效不达标被退货,徐东生呼吁尽快出台国家能效标准以规范电暖气市场,抵制“伪低碳”产品。

朱江华



8月15日,记者从“2011全球电热产业峰会”上了解到,2010年3月1日起,继空调、冰箱、洗衣机等产品正式实施能效标志制度之后,小家电也进入了能效标志行列,需要张贴能效标志才能够上市销售。但行业调研显示,目前全国约5000家小家电生产企业当中,有

力诺瑞特® LINUO PARADIGMA  
SOLAR ENERGY

## 力诺瑞特:技术领先 品质恒远

7月4日,力诺瑞特刚刚度过10周岁的生日。10年来力诺瑞特始终以力诺集团全球最完整的太阳能产业链为基础,以技术创新为龙头,充分保证了产品的高品质和性价比,并凭借“阳光天使、金牌服务”连续三年荣获消费者满意产品殊荣,成为最受消费者欢迎的太阳能领军品牌。

通过引进、消化、吸收、再创新,力诺瑞特现拥有合作方德国Paradigma公司世界领先

的、三代以上的技术储备和国际太阳能利用技术专家;拥有一支高素质、高效率、适应市场需求的研发队伍;拥有全球领先的多项太阳能综合应用技术;拥有同步世界太阳能先进的工艺、设备和技术,全自动生产流水线、CPC-U型集热器生产线全部实现欧洲最高标准,达到国际先进水平。

为了让太阳能热水器更“阳光”,力诺瑞特与世界五百强企业霍尼韦尔共同研发的无氟发

泡技术,全球首推使不破坏臭氧层的太阳能热水器;为解决部分地区水质差的问题,力诺瑞特采用独有的mgsl离子防垢、防腐、软化水三元净化技术以及德国NMA负电位纳米活化技术,为消费者提供符合防垢、软化、防腐、洁净、活性、生命力和矿物质等国际标准的七标水;此外,力诺瑞特还行业首推“青花瓷”系列产品,将时尚“中国风”与低碳阳光有机结合,并迅速成为市场紧俏产品。

### 流言 辣语

#### 事件:第一台个人智能电视在海信诞生

8月16日,海信宣布,推出中国彩电产业革命性产品——全球第一台个人智能电视I'TV,这是“微创新、大革命”具有“破坏性”的产品。

点评:与目前势头强劲的热门电子产品PAD相比,海信的个人智能电视I'TV定位,首先是一台“电视”,其次是一台平板电脑,即植入了“电视芯”的平板电脑。彻底实现由坐着看到抱着看的形态转变,某种程度上将是一台“社会化电视”,是电视机的“再进化”。

#### 事件:空调连续6年缺席环保清单

日前,第8期环境标志产品政府采购清单公布。与往期一样的是,空调产品再次缺席环保清单,家电产品中只有为数不多的几家电视企业入围其中。这是空调连续6年缺席环保清单。

点评:空调缺席环保清单主要原因:一是目前消费市场对于绿色空调的需求不足,生产者、消费者对于绿色空调的认识不够。相比而言,按强制采购执行的节能清单得到空调企业更多的青睐,而环保清单则显得操作性不强,政策上的扶持力度有待加强。

#### 事件:李东生153万元增持

8月15日,香港联交所公告,TCL多媒体、TCL通信掌门人李东生增持TCL多媒体47.8万股,价格2.649元每股,增持TCL通信10万股,价格为5.763元每股。

点评:李东生增持两个产业的持股,是增加社会对两个产业信心的表现,多媒体是TCL主要产业,未来是否盈利在于是否适应市场变化,如果把控不好也极有可能再次陷入亏损境地。

#### 事件:谷歌收购摩托罗拉移动

8月16日,谷歌以125亿美元价格收购摩托罗拉,从而获得17000项左右的专利。

点评:收购摩托罗拉移动业务,对谷歌意味着从手机平台Android的生产者转变为“羽翼丰满”的手机制造者,直接与苹果竞争。

### 每周声音

#### 个人智能是梦想

推出“个人智能电视I'TV”。这个产品看上去像是个平板电脑,实际上是平板电脑和电视的集合体。这是我盼了一辈子的产品,是一场革命。

——海信集团董事长周厚健

#### 家电强国取决于创新能力

当前我们面临着全球经济复苏乏力与中国经济结构转型的双重压力,企业的发展必将受到严重影响。这是一个长期、痛苦的转变过程,我们要在发展中求转变,在转变中求发展,必须主动容忍增速放缓,加强向创新驱动型、绿色低碳型企业转变。

——中国家用电器协会理事长姜凤

#### 要超越日企8.5代线是关键

目前能够拥有上游面板和下游整机制造全产业链的企业并不多,我们下一步的目标是超越日本企业。因此,TCL8.5代面板线,今年12月份要达到18000张玻璃大板的产能,明年底达到10万片。

——TCL董事长李东生

#### 小家电转型升级新方向

目前,小家电产品不再停留在耐用、耐用上,便捷、多功能的消费需求日渐体现,这一变化为小家电行业开拓了新的方向,创造了广阔的市场发展空间,这是一个机遇也是挑战,对小家电产品的设计、生产提出了更高的要求。

——中国家电协会秘书长徐东生