

New  
新生活 新消费

制图 CYY

近年来,数码智能化成为数码行业的一大亮点,无论是国产品牌还是外资品牌都在重点发展智能产品。记者在迪信通、乐语、百脑汇、赛博数码广场等卖场走访时发现,智能的数码品类繁多,且拥有很多新突破。例如在安卓系统上深度定制的小米手机,就采用了MIUI技术,从软件上来讲,它的特点便是“易上手、难精通”,在所有人方便操作的同时,给发烧友和泛发烧友更多的玩机乐趣。那么,新的智能系统所引发的智能革命契机能否真正惠利郑州消费者呢? 郑州晚报记者 樊无敌

## 智能手机体积更轻薄,功能更强大 最薄手机只有6毫米

### 手机从“砖头”变“卡片”

无论是手机还是其他的3C产品,如今都颠覆了人们对于其在传统意义上的认知,手机从“砖头”变成“卡片”。或是功能的改变,或是外观的变化,3C产品都发生了巨大的变化。

10多年前,手机就是风靡一时的“大哥大”。“那时的手机放在包里沉甸甸的,跟放了块砖一样。”家住二七区的杨先生回忆当年买手机的经历时很感慨,“现在技术发展很快,各种轻薄的手手机随便选。”

如今走进苏宁、迪信通和乐语等各大卖场,手机都是轻薄为主,厚度更是以毫米为单位在计算,最薄的手机甚至6毫米左右,这是以前不敢想象的。迪信通集团副总裁兼河南公司总经理陈施霖介绍说:“手机从最初的‘砖头’大哥大,到后面的直板机、翻盖机,到现在的触屏智能机,都是越来越薄。比如现在热门的iPhone 5厚度只有7.6毫米,而最新推出的三星S4厚度也只有7.6毫米。”

另外,数码产品的智能化也受到了追求个性的消费者的喜爱。数字化、网络化、智能化一脉相承。记者发现,大部分有经济能力的消费者本都会选择智能数码,且对于智能数码的使用内容了解程度很高。智能数码可以激活平台下的软件扩展功能,增加数码本身的附加值。这些相关应用包括:相册、SNS社区分享、微博、云存储、视频分享、旅行足迹、LOMO效果拍照、拍照面部扭曲恶搞、大头贴、后期照片处理、条码扫描等。此外,其中的蓝牙模块能增进交互效率,并为外接扩展设备提供方便。

### 智能数码工作娱乐两不误

智能的数码产品具有综合性。例如新一代智能娱乐MP4,在普通MP4的基础上使用了时下最流行的智能操作系统,保留普通MP4的所有功能。它的应用软件可以像电脑一样自由安装,且像是多种数码产品的组合,细细算来更加实惠。比如传统的MP4不能看漫画、记事,娱乐也就是一些简单的游戏。而智能MP4却可以帮助你实现这些功能,它不仅可以让你看漫画、记事,还可以用它来理财、办公、学习,在学习和工作之余还可以娱乐一下玩玩自己喜欢的游戏。

从录像机、DVD播放器到个人电脑以及其他很多电子产品,无一例外地都遵循着优胜劣汰的“自然生存法则”,从最初鱼龙混杂的“百家争鸣”到之后的几家巨头“独占鳌头”似乎是一条电子产品演化的必经之路,如

### 3G争夺点燃通信品牌大战

近两年来,3G无疑是通信市场最热门的话题,然而让通信服务行业发生更深远变化的,则是3G引发的移动互联网热潮。移动互联网的到来,使得人们使用手机的方式发生了根本性的变化,手机不仅仅只是通信工具,同时也成了随时随地接入互联网的移动终端,这种功能属性的变化使得用户对于运营商提供的3G通信服务也提出了全新的要求。

以中国移动的全球通品牌为例,在持续保持其优质语音服务的同时,有关移动互联网的数据流量服务、增值内容服务和移动互联服务的创新被大大加强,针对用户使用习惯的变化,资费套餐体系也被重新梳理。河南乐语总经理刘俊岭指出,中国联通也是如此,在“沃”3G品牌上,联通不仅大幅调低入门资费门槛,推出了细分的学生品牌和以iPhone玩家为主题的沃

今智能手机市场也一样。然而,在高科技、新创意层出不穷的今天,有迹象表明,智能手机市场或将重新洗牌,届时,垄断格局将被打破。

最近,多家公司公布的今年第二季度财报恰好印证了这一点。

据国外媒体报道,第二季度的报告显示,智能手机市场的竞争已达到“白热化”阶段,虽然三星和苹果仍然统治着市场,但其市场份额进一步被联想等手机生产商所蚕食。市场调研和分析机构国际数据资讯公司(IDC)通过比较和统计指出,三星和苹果依旧是智能手机市场的领先者,但有数据显示,二季度财报显示,LG、联想和中兴均挤进出货量前五名,而且它们的增长率均比苹果和三星的要高。

对此,陈施霖认为,未来的中国智能手机市场上,诸如华为、联想、中兴、酷派、小米和欧珀等众多厂商前景看好。

iPhone品牌,还针对智能手机用户不断增多的特点,大力加大了智能3G终端的定制力度,借助产业链的整合优势加速3G业务的发展,从而在3G时代获得了前所未有的品牌提升。即使是进入移动通信市场最晚的中国电信,也借助其固网宽带的优势和无线WiFi建设的领先份额,为天翼宽带品牌打造出了全方位的移动互联接入特性,同时中国电信也同样在千元智能3G终端定制方面投入了丰富的资源,使得其3G品牌的宽带特点深入人心。

和2G时代不同,在3G业务上,目前,三大运营商已经逐渐呈现出了三足鼎立的态势。刘俊岭指出,目前中国移动全球通、中国电信天翼宽带、中国联通沃的品牌呈现出了齐头并进的态势,这无疑也预示着未来三者的竞争将会更加白热化。

### ■焦点问答

解答者:迪信通集团副总裁兼河南公司总经理 陈施霖

Q 什么是3C家电?

A “3C产品”,就是计算机(Computer)、通信(Communication)和消费类电子产品(Consumer Electronics)三者结合,亦称“信息家电”。由于3C产品的体积一般都不大,所以往往在中间加一个“小”字,故往往统称为“3C小家电”。3C产品包括电脑、手机、电视、数码影音产品及其相关产业产品。

Q 平板电脑智能化,将给我们的生活带来什么改变?

A Pad的概念一出,各大企业都纷纷推出自家的“Pad系列”,拼厚度,拼屏幕,拼大小。当Pad的竞争队伍越来越庞大,如何在此中出挑便成了企业们的必备功课。最近,惠普就推出了新款商务平板电脑HP ElitePad 900,与主打“休闲娱乐”牌的Pad相比,这款Pad实用性更强。惠普为它打造了多种配件:扩展护套中有多个USB接口,方便旅途中的工作;超薄的扩展电池可为Pad增加18个小时的续航时间;不同大小的适配器可用于便捷式充电。除此之外,该款新Pad还支持Pad粉们盼望已久的NFC功能,即可实现移动支付。未来,我们不仅可以在购物时刷卡支付,还能在两台拥有NFC功能的机器间,短距离传输音乐、图片、资料。

当手机越来越平板化,平板电脑却在越来越智能化、手机化,这就是未来发展智能3C发展的方向。