

idea乐潮来袭

联想开启数字家庭新春天

“人手一台电脑,随时随地自由享乐互联网”,“电脑也能当电视用,而且还能看3D”,“手里的笔记本也喜欢打扮,还用大块头的‘黑砖头’?哥们儿你OUT啦!”电脑、笔记本,这两个与数字家庭生活息息相关的物件,悄然发生了很多变化,踏入千禧年,从被动单调到随心享受,从简陋乏味到乐趣无限,我们的数字家庭生活正在不断进化,新乐趣,新应用的涌现,已经预示着,新的春天来了。

4月20日起,联想消费正式启动了旗下idea产品的春季营销活动,以一系列乐趣丰富、应用无限的idea新作来迎接2011年春日的到来,想要畅享数字家庭生活?那就随着这股澎湃来袭的乐潮,让新时代的无穷乐趣由你而定,乐自由我!



彪悍的小y: 彪悍来袭, 影音娱乐新生活

曾几何时,笔记本还是个新鲜玩意儿,不但昂贵,性能还跟台式机相差甚远,仅仅够用简单处理文档,玩玩小游戏而已。想要畅快体验,一大笔支出自不用说,而且效果往往不能尽兴。而现在,不但笔记本几乎人手一台,就连可以媲美台式机的高性能影音娱乐笔记本“彪悍的小y”——联想ideapad Y470系列笔记本都已经更新到了第三代!

“彪悍的小y”ideapad Y470拥有流线型跑车外观,应用了Intel sandy bridge 处理器平台,4G DDR3 内存,640G 硬盘,配备 WiDi 20、

HDMI 1.4 视频输出技术;此外,联想独有的 TSI 双硬盘加速技术,让小y的开机时间缩短到了堪比世界百米记录的9.5秒;同时小y延续了显卡绝对领先的研发理念,此代Y470产品搭载了可完美支持DX11的NVIDIA GT550M 2G独立显存旗舰级显卡,3DMark Vantage 超过18000分,相对主流的GT 540M有近30%的性能提升,再加上JBL专业扬声器,想怎么彪悍就怎么彪悍。随时随地畅爽游戏,享受影音娱乐新生活,有了ideapad Y470一切都不是问题。

Z流行: 流行来袭, 潮流风尚新生活

如果十年前有人跟你说,笔记本还可以有很多“非黑灰色”,而且不同外观的笔记本拿在手上,能够代表着不同范儿的潮人品位,你会不会觉得他有点秀逗?但到了今天,这一说法已经成了事实:2011年,以3D立体晶钻工艺和玛瑙粉、珊瑚蓝、琥珀棕等宝石色泽为主打的联想ideapad Z470系列流行本闪亮登场,将潮流风尚和丰富娱乐应用的特点完美展现,让“拥有Z470”成为达人们的流行指标!

联想Z470不但拥有潮流时尚的外表,更有性能优异的内涵,它采用英特尔 Sandy Bridge 系列处理器,支持DX11的超强独立显卡,应对绝大多数应用都绰绰有余。此外,它搭载了14英寸LED背光显示屏,配备3个USB2.0接口和一个eSATA Combo接口,以及HDMI1.4高清接口,加上专业级的SRS环绕立体音响和丰富多彩的流行配饰,完美演绎了流行设计与科技应用的融合,诠释了2011年最受瞩目的“Z流行”魅力。

终结者B: 全能来袭, 多元应用新生活

当你面对电视、3D、触屏等等繁杂设备而纠结的时候,有没有想过把它们一股脑整合到一个东东里面?如果“抓栏杆撕床单”不能帮你解决问题的话,那么就试试联想终结者B系列一体机吧。联想新一代高性能一体台式机新品终结者B,标配基于sandy bridge架构的全新英特尔 Core i系列处理器,搭载了DDR5高速显存,最大支持2TB海量硬盘及16G DDR3内存,23寸LED超薄屏拥有超过1600万色的画质表现,而且它还是全球首款配备5.0环绕音箱的一体台式机,配合SRS Premium Sound顶级音效,全能应用的无敌表现一览无余。

“与其渴望关怀,不如一起精彩。”从束手束脚的圈子里跳出来,真正去把握属于自己的乐趣,想要在澎湃来袭的乐潮中做一个弄潮儿,就来选择联想idea,选择乐自由我,在这个春天,奏响数字家庭生活的乐章!

高端冰箱“跑马圈地” 能否为企业添砖加瓦?

受益于以旧换新、家电下乡等政策的带动,2010年冰箱行业掀起了新的消费高潮,而今年以高端化为标志的冰箱市场更是新动向频出。在环保、节能、低碳、变频等“十二五”行业所确立的发展方向下,冰箱市场将迎来黑电企业大张旗鼓的跨领域延伸、白电企业新一轮的“跑马圈地”的混乱厮杀状态:继康佳高调进军白电之后,创维47款冰箱产品亮相,跻身进入白电行列;三洋试水冰箱市场,格力也计划上马冰箱生产线,海尔推出“统帅”品牌——冰箱市场在一路高歌之后能否为企业的销售业绩增添砖瓦? 谈正民/综合



市场需求促使高端冰箱兴盛

在冰箱行业的高端消费时代,三门、对开门冰箱销售份额比重提升明显,尤其是三门冰箱挤占高端传统双门冰箱市场份额已成行业必然趋势。

市场的发展促使各大品牌企业都加大高端冰箱的投入力度,企业上市的高端冰箱产品也都面向高端市场,其主要是由于两个方面的原因:

其一,家电下乡政策执行三年多来,三四级市场新购需求的增速已经开始放缓。据奥维咨询(AVC)监测数据显示,今年2月份冰箱整体销量同比指标出现近15个月来的首度负增长,未来二级市场的更新需求占总体需求的比重将会逐步上升,企业为迎合市场需求的变化必将发力高端产品市场;

其二,在冰箱市场规模快速增长的近几年,多数企业需要快速扩大自己的市场份额,并未将产品利润的考量放在首位,因此普通冰箱的利润率持续走低;而当市场规模增速放缓,企业在利润率的驱动下,必须加大盈利相对更高的三门、多门、对开门产品的销售比重。

供需导致高端冰箱竞争激烈

在国内冰箱市场向高端化过渡的关键时刻,美的率先抢占先机,推出凡帝罗冰箱,在冰箱高端市场中占着举足轻重的市

场份额。但随着市场的发展,更多外资品牌发力高端冰箱市场,国内黑白电企业也都加大对冰箱的投入,而在供(更多企业加入高端市场竞争)需(更新需求比重走高)双向作用的情况下,今后高端冰箱产品的销售比重将会呈现上升态势。市场的竞争也会更趋激烈,尤其是国内品牌之间的比拼,对开门产品的市场均价也有一定幅度的下降。

面对高端市场竞争的白热化,国内冰箱企业不断完善高端产品阵营,与外资品牌争夺高端市场份额。据了解,2011年1-2月累计高端冰箱市场品牌占有率国产企业普遍上升,外资企业普遍下降:除海尔的市场占有率由去年的32.3%下降为25.0%之外,美的由59%上升为61.9%,美菱由5.6%上升为9.3%。除此之外,容声、海信、新飞等企业的市场占有率也有不同程度的增长。与此相反,西门子、LG、三星、松下、博世等外资企业的高端冰箱市场占有率都有所下降。

在激烈的竞争中,部分国内品牌依然保持了良好发展态势。但是2011年冰箱逐渐进入饱和状态,冰箱市场将快速退烧,占有市场份额并不代表企业就能盈利。根据各企业2010年报分析,除了海尔,其他企业冰箱的毛利率都不到20%。企业如何在高端冰箱市场“跑马圈地”之中提高利润,创新无疑是必备的条件。

选冰箱五项妙招 让你节前得实惠

五一小长假即将来临,消费者都希望能在促销活动得到一些实惠,选购冰箱被提上日程,根据往年消费情况,广大消费者在购买冰箱时从五方面加强自我防范,以免利益受到侵害。

防倾销长期积压商品和即将退市的家电商品。许多商家会利用节日促销积压商品和不久将要退出市场。市民在购买这类冰箱时,一定要慎重。

防打着“家电下乡”招牌销售其他商品。在家电下乡活动中,有的商家特别是部分集镇商家打着“家电下乡”招牌,将一些非“下乡”商品混在一起促销,结果导致消费者购得非“下乡”商品后得不到国家补贴。

购买冰箱应当场拆封。在商家促销活动中,有的商家会将被退换的商品修整后,重新投放到促销活动;消费者在购买时,一定要当场拆封,验看是否是二次封装的,谨防买到修复商品。

购后尽快开机使用。保证在三包期的7天之内,及时发现商品性能故障;那样消费者可享受退、换、修的三包权益,15天之内,消费者只能选择换和修的三包权。

促销赠送的商品要在发票上注明。商家在促销活动中,会推出购物赠送小商品的举动。消费者在获得这些赠送品时,一定让商家在购物发票上注明赠送商品的名称,防止所赠商品是“三无”产品。