

# 超极本仍在“待机”

英特尔力图勾勒一个超极本的美好蓝图——轻薄便携、超长待机、性能卓越、触键均可,从而引领下一代笔记本的发展,但下游厂商对此意图的各种领悟,使这一产品在占领市场之路上的不确定因素仍然较多。

## 理想的超极本= Air+iPad

英特尔在去年夏天提出了超极本(Ultrabook)概念,要求将现有的笔记本做得更轻薄、开机速度更快、电池续航时间更长,同时运算性能也要保持在主流水平区间内。而对这一产品的进一步期望,则是笔记本电脑和平板电脑的一体机。将Macbook Air的屏幕扭转后再合上,即进入触

屏操控模式,大致就是超极本的理想模样。

英特尔对超极本寄予厚望,在中国区官方网站上开通了超极本专区,将超极本与“笔记本产品”、“台式机产品”与“盒装CPU”并列为第四大品类;又与苏宁达成战略合作,将开设总共30家超极本精品体验店。

另一大处理器厂商AMD也宣布要进军超轻薄笔记本,并将于年内推出为此类笔记本量身打造的APU产品。

## 大忌:价高、同质、良莠不齐

不过,目前市场上的超极本缺乏让人眼前一亮的点,和苹果的MacBook Air相比尤其如此。和Air系列相比,超极本配置与其基本重合,外形也是如出一辙,甚至在价格上与同级别的MacBook也没有太大出入。这更像是一场电脑厂商联手英特尔集体向Air“师夷长技以制夷”的市

争夺战,而非一场改天换地的技术革命。

此外,超极本还面临成本挑战,最初超极本价格基本在万元左右,近来虽有6000元左右的亲切价格出现,但总体仍是偏贵。

其次,缺乏突出亮点的超极本如果性能、便携性与Air类似,价格又无明显优势,如何胜出也是个问题。而不同厂商的超极本之间,外形相似,功能相近,价格区间相同,不同厂商的竞争又将落入价格战的窠臼中。

# 微博营销 戒急功近利

把微博营销效果进行量化是一个愚蠢的行为,企业营销需要的是微博上自发的关注,功夫其实在微博之外。

企业微博营销,其实并不像一些急功近利的企业主所追求的那样,官方微博被多少人转发、多少人评论;那样只会造就疯狂的买粉丝、买转发黑市。是否能利用这种跟消费者“网上面对面”的工具,做好品牌推广、形象塑造和售前售后服务,由良好的SNS形象衍生出良好的社会化口碑,才是微博营销的真正目的。

日前,新浪微博举行了一次线下沙龙,邀请了一些创业团队,与新浪微博的一些运营管理者 and 基金管理者,共同探讨了在微博上开展企业的社会化营销的方式。

新浪微博一位内部人士对记者透露,当微博中出现设定的关键字时及时提醒相关的企业注意、回馈,这是新浪企业微博的一个内置功能,企业可以用这种方式进行舆情监控与及时回应。现在微博上很多人要投诉、建议时,往往会@一下企业的官方账号,其实即使没有这一步骤,只要微博正文中出现企业、产品的名称,企业微博也一样可以获取到信息,并提示官方微博

运营人员及时予以回复。

去年在互联网创业圈中大放异彩的海豚浏览器,其创意经理张勇透露,新浪微博用户的主要年龄段和海豚浏览器的用户群基本一致,所以他们选择联手新浪微博进行推广。具体的推广措施有,海豚浏览器帐号系统集成新浪微博帐号,同时推出了一键微博分享功能;此外,针对微博上出现的对海豚浏览器的建议、意见,进行集中监控和回复、答疑。目前海豚浏览器在Android市场排名全球第二,在苹果APP Store免费榜里,海豚浏览器在36个国家和地区浏览器排名第一。

在世界大企业中,戴尔是证明了“微博营销”价值的第一家企业,他们在推特上与消费者的互动被视为经典。据一位新浪微博人士透露,“以前戴尔开社会化营销会议时,到了中国区,大家都没啥可说的;有了新浪微博之后,他们中国区的代表就抬起头来了”。这种抬起头,才是真正理解了社会化营销的底气。

本报记者 阳森

## 观察

## Win8成助力?

随着微软推出Windows 8,第二代超极本将实现触摸体验。

不过,即便在软硬件的搭配上,超极本完全实现了笔记本电脑与平板电脑的二合一,它仍需要丰富的应用,而在这方面,苹果AppStore目前已拥有超过55万款应用,下载量突破25亿次。而Windows 8却要从头做起。

本报记者 张奕



联想超极本Ideapad YOGA。

## 卖场信息

## 大中启动3·15让利活动

在3·15来临之际,大中电器启动全面让利活动,除正常的降价买赠等促销活动,消费者购买低能耗产品还可享受补贴。

大中表示,在3·15消费者权益日来临之际,大中与40余家厂商结成“诚信联盟”,共同推出“诚信购物年、传统家电99天换货保障、享权益补贴”等多项保障服务,郑重承诺传统家电商品凭质量鉴定单及发票原件享受99日内同品牌同型号换货保障。

同时,让利活动也已经

于9日启动,并将一直持续到18日。据悉,大中对传统家电将进行“水电费补贴”,彩电、空调、冰箱最高补贴电费500元,洗衣机、热水器最高补贴水费200元。

大中表示,“话费、网费、冲洗费补贴”也开创了业界先河,购智能手机在成交价基础上按手机屏幕尺寸大小送相应价值话费,最高补贴300元。电脑产品单台满4000元送400元网费补贴。数码产品50万现金卡豪情放送,冲洗补贴最高额度可达600元。(刘兰兰)

## 国美3·15春季开仓促销

北京国美表示,即日起至3月18日,北京国美启动“尽享3·15特权,国美春季开仓”特惠让利活动。

据悉,此次活动期间,北京国美的最高优惠让利将超过50%。其中彩电最高直降5000元,1P空调挂机价格跌破1900元,冰洗产品的最高降幅可达30%;烟机灶具、小家电产品让利幅度更大;3C方面,电脑满1000元返100元,1500元左右时尚数码相机特惠销售。此外,国美还特别推出“3·15安心行动”空调免

费清洗活动,即日起至3月31日,国美将针对2009年1月1日-2010年12月31日在国美电器购买空调的顾客开展免费清洗空调服务。消费者可拨打国美400全国服务热线进行提前预约。

北京国美相关负责人介绍称,如果消费者购买的商品有质量问题,北京国美承诺将给予200%赔付。此外,还有“不满意7天内无理由退还”、消协百万先行赔付基金等服务措施。

(刘兰兰)

## 苏宁“购物季”本周升级

由北京苏宁电器联合苏宁易购、居然之家等八大商家联袂发起的“阳春三月北京购物季”活动,本周将火爆升级。苏宁电器在重磅推出乐透大抽奖的基础上,还将通过各品类品牌PK赛,掀起购物季促销。

据了解,加入到此次PK赛阵营的主要有彩电、冰洗、空调三大品类,参与的品牌多达数十个,以彩电为例,首先是合资彩电与国产彩电掀起了对垒,其阵营内部的优惠也是不相上下,如在夏普52英寸3D

液晶一款13999元特价机的基础上,三星51英寸3D电视首次跌进10499元。

此外,围绕今年3·15“消费与安全”的关注点,北京苏宁开展的包括彩电、冰洗、热水器、烟机、灶具在内的免费清洗保养大行动将持续开展三个月,有需求的消费者可通过拨打苏宁24小时客服热线(4008-365-365)、至门店现场客服报名或微博等形式报名即可享受苏宁专业人员提供的服务。

(林其玲)

责编 徐超 图编 李冬 美编 王璇 责校 李铭

# 加热大提速 A.O.史密斯带“快进键”电热水器全新升级

A.O. SMITH  
史密斯  
美国热水专家

带“快进键”的电热水器专利技术值得信赖

储水型电热水器预热时间长,洗澡人多水就不够用;即热型电热水器又受制于用电环境和气温,热水量得不到保证。因此,集速热、储热为一体的电热水器一经推出,就在行业内掀起了一股“合2为1”、“快进加热”的潮流。

“电热水器能够集速热和储热两种加热方式于一体,一直都是热水器行业面临的难题。”A.O.史密斯集团副总裁、中国区总经理丁威表示,为攻克这一难题,其全球研发中心历时三年深入了解中国消费者需求,研发了速热/储热2合1电热水器。之所以被称为“带快进键”的热

水器,是因为其特有“速热变容”、“MAX增容”系统。“速热变容”系统中的专利双棒分离技术(专利号:ZL03220700.X),可确保真正实现半胆速热,加热半胆水速度较第二代产品提升至5倍;而“MAX增容”能有效实现接力加热效应,可连续提供多至4倍容量的热水。

这款热水器上市至今获得消费者认可,并在上市当年获得中国家电研究院颁发的“产品创新”大奖,倍受专家推崇。

全新升级 节能远超一级能效

据悉,升级后的6系列,其热水产出率高达80%以上,远超国家一级能效标准,可谓是突破性的节能升级。

此外,6系列还配置了“实时热水量提示”功能,消费者可透过触控面板,即时掌握热水量,安心享受充沛和温暖热水。

科技创新,引领行业技术提升

138年以来,A.O.史密斯始终把科技创新及消费者的需求放在首位,对环保节能技术的研发、运用,处处以严格的标准要求自己。

这次产品升级,A.O.史密斯又一次证明自己在节能技术领域的实力,引领行业向绿色节能低碳方向发展。

全国统一24小时服务热线:

4008288988

广告