

E周播报

方正卓越 S100 引爆家居电脑风潮

对于IT厂商来说,在“PC家居化”风潮中,方正卓越S100刚一上市就被推到了“新家居主义”的风口浪尖。

外观方面,简约的设计搭配古典图案,令人眼前一亮。另外,标配的16.6L紧凑型小机箱,可立、可卧、可随意摆放。



米宁

搜狗 启动搜索商业战略

千万中小企业即将受益

日前,为了推广普及搜索营销平台,提高中小企业的网络应用水平,作为2008年奥运会内容与服务赞助商的搜狗网在京发布了搜狗搜索新商业产品战略。

据悉,起航工程将仿照电信普遍服务的原则,足迹遍及东部沿海地区、中西部地区100多个城市。

郑玮

腾讯 推出《QQ三国》游戏

时下网络中不少关于三国的话题都被热炒,网络中三国题材的影视剧、书籍连载等在各项排行榜中都受到追捧。

《QQ三国》的游戏设定让玩家以轻松、快乐的身份和心情投入到游戏中,针对从未玩过游戏的玩家也有许多人性化的引导设计。

滕西

浪潮与英特尔 联合推出四核服务器

日前,浪潮与英特尔举行了签订《服务器长期深度合作备忘录》之后的首轮PSR(Platform Strategic Review产品战略沟通机制)会议。

“惊蛰”为内部行动代号,该计划始于英特尔四核处理器上市之初。“惊蛰”寓意四核时代的全面启动,四核技术应用带动着行业信息化进入一个蓬勃发展的时代。

该计划包括四个层面,技术与产品、方案及与应用、联合市场计划与产业合作。

笑琳

英特尔主打 众厂商力推

暑促大战 硝烟弥漫

本报记者 赵羲



制图 陈茜

暑促,是厂商及经销商眼中书写销售纪录的法宝利器,被称作全年IT消费市场的晴雨表,英特尔今年暑促主打的产品就是最新研发的迅驰四代笔记本电脑平台,这个新平台甫一面世,便受到了各大厂商的推崇,纷纷跟进,推出自己的基于迅驰四代技术的笔记本电脑,为本已热得发烫的今夏电脑市场又添了一把火。

英特尔 暑促“酷睿到底”

6月26日,英特尔公司在郑州召开媒体见面会,会上宣布,英特尔公司的暑期促销计划从6月下旬开始正式启动,一直持续到8月份暑期结束。

关注笔记本电脑的用户在暑促期间的热点,必将集中在刚推出不久的新一代英特尔迅驰双核处理器技术的笔记本产品上。

同时,随着5款基于酷睿架构的英特尔奔腾双核处理器和英特尔赛扬处理器的推出,英特尔公司的全线产品已经过渡到了酷睿架构。

另外,可以看出英特尔公司为了进一步开拓中国市场煞费苦心的是,不久前推出的盒装奔腾双核台式机处理器中文品牌包装,将是英特尔有史以来首次在一个国家采用独立的品牌包装。

媒体见面会上,英特尔中国区市场总监简安琦说:“我们公司2007年的暑促,是一个总动员的活动,我们将通过整体营销,针对包括我们的直接客户、渠道商、企业和个人用户等推出一系列活动,为这个激情夏日再添一把火。”

联想 暑促以奥运之名

2008年奥运会的顶级赞助商联想推出的奥运特色

暑促营销已经准备就绪,暑促大战一触即发。较以往有所不同的是,联想笔记本今年暑促另辟蹊径,主打设计与体验牌,并把新品放到了暑期上市,从功能外观到价格都很有竞争力。

联想天逸奥运火炬典藏版笔记本机型上,象征千年中国印象的“漆红色”色彩与“祥云”图案交相辉映,渊源悠久的中国文化与平等、团结、进取的奥林匹克精神在联想天逸笔记本电脑设计师的笔下,紧密融合在一起。

华硕 构筑创新空间

6月25日,华硕电脑在武汉长江豪华游轮上召开题为“自由创想,自由体验”的全新英特尔迅驰处理器技术笔记本新品发布会。

此次华硕在各产品线中完整构建了基于全新英特尔迅驰处理器技术的代表机型,还将全球顶级NVIDIA GeForce Go 8600及多款新一代独立显卡植入机器,配合华硕独家靓彩引擎技术、视讯及Power4Gear+省电技术,让用户迈入随心随享的创意生活新境界。

据了解,作为华硕今年暑促力推的主打机型A8Sc,它的视讯特长也在新一代平台下表现得更加出众。它配备了130万像素摄像头和高品质麦克风,并可通过内建

无线网络模块迅速入网,不论是异地的视频会议还是与家人、朋友的亲密接触都能即刻展开;NV8400MG独立显卡的强劲助阵,亦可让您眼前一亮。

TCL 启动最大规模暑促攻势

6月12日,TCL宣布全面启动历史上规模最大的暑促攻势。据介绍,TCL电脑今年的暑促主题是“冠军电脑,酷睿先锋”,借助形象代言人中国女子网球队在国际赛场上大展身手之势,TCL将推出数十款独具优势的冠军台式PC和笔记本电脑,加上超值促销礼包和完美服务,在TCL遍布全国的3000多家零售店面和全国消费者见面。

TCL电脑副总经理、销售中心总经理陈宇新表示,从整个电脑行业的发展趋势看,一个细分化的市场即将到来,能否为客户提供差异化的价值是厂商决胜的关键。

英特尔新的笔记本平台出世,TCL自然也不甘人后。TCL推出的基于迅驰四代平台的TCL丽屏T45,融入了最新智能节能和丽屏技术,更低能耗的同时带来了更强大的表现,全面提升VISTA应用体验。

TCL笔记本还精心为用户准备了超值“盛宴”:购买TCL丽屏T45全线产品和TCL丽屏T51,免费赠送价值299的LIFE3时尚电脑包和江民正版杀毒U盘(1G),购买TCL丽屏K4222送LIFE3手提电脑包和笔记本清洁剂套装。

陈宇新介绍,从产品组合、产品应用创新、价值性价比、让利幅度上,今年是TCL规模最大的一次暑期高价位促销价格比促销活动。

行业聚焦

品牌营销:乘着“奥运”的翅膀

离奥运会正式开幕还有一年多的时间内,赞助商们之间激烈的竞争已经开始,本次奥运会赞助商比雅典奥运会多出了17家。

伊利:将“健康”进行到底

近日,“牛奶大讲堂”正式启动,数百位权威的营养学专家将深入社区,对消费者进行健康饮奶知识的普及。

此次“伊利奥运健康中国行”活动,将在全国范围内选拔10名“奥运健康大使”,他们不仅是2008年奥运会的宣传员,同时也是奥运会的火炬接力手。

奥运主题活动:促进全民奥运热潮

“奥运健康大使”的选拔,可谓是一场全民的奥运盛宴。活动遍布全国30个省市自治区、660个城镇的近2000个社区,直接参与人数预计在2000万以上。



门槛如此之低的奥运主题活动,就是希望号召更多的人参与进来,理解奥运精神与文化,并通过力所能及的方式支持北京奥运,祝福北京奥运;另一方面,更希望借助北京奥运的契机,使大家真正地行动起来,关注饮食健康,积极参加体育运动,使全民健康文化向着更加良性、更加科学的方向发展。

“牛奶大讲堂”:健康饮奶知识窗口

去年年底闹得沸沸扬扬的“牛奶引发疾病”的说法,最终遭到来自权威部门的强烈驳斥。2007年5月底,来自中国奶协、卫生部疾病预防控制局、中国医学科学院、国家学生奶

计划专家委员会、中国农大等单位的七位专家学者联手驳斥该论调,认为“牛奶引发疾病”观点缺乏科学依据,也不符合我国国情,有必要予以澄清。

与此同时,2007年6月1日“世界牛奶日”,作为“奥运专供奶”提供者、国内乳制品行业龙头企业,伊利集团发布了中国历史上第一份专业的乳制品消费报告,对中国人乳制品消费进行了一次大调查。

奥运营销:还要打好组合拳

去年世界杯期间,联想自用了著名足球明星小罗纳尔多代言其电脑产品,由于小罗纳尔多的表现欠佳,其代言价值颇受质疑。

荆关

行业聚焦

清凉夏日 办公用极品笔记本展示

笔记本的灵活以及能与台式机相媲美的性能,成为众多消费者的首选。针对消费者的需求,我们挑选了四款笔记本产品,希望对消费者的选购提供一定的帮助。

戴尔 Inspiron 640m

戴尔 Inspiron 640m (Q510406) 采用英特尔酷睿 T2350 处理器 (1.86GHz, 2MB 二级缓存, 533MHz 前端总线); 512MB 内存、80GB 硬盘和 24X 康宝光驱。



联想旭日

旭日采用了英特尔奔腾-M 双核 T2060 处理器、14.1 英寸 XGA TFT 的高亮屏、512MB 内存以及 80GB 硬盘。

惠普 V3000 系列

惠普 V3240AU 采用了 AMD 炫龙 64 位双核移动处理器 TL-52,主频为 1.6GHz,这款笔记本还配备了 512MB 内存、80GB 硬盘和康宝光驱,可满足主流应用的需求。



神舟天运 F550R

14 英寸屏幕也较为适合移动,1GB 内存、80GB 硬盘和酷睿 2 处理器的配置已经超越了这一价段的所有其他品牌的水平。