

有目说曰

个性化产品定制网站风生水起

这是一个崇尚个性的年代，每个人都希望自己所拥有的东西是独一无二的。消费者的需求日益成熟并具个性化的环境下，个性化生产势必掀起一场新的生产革命。在国外，个性化定制网站已是一个较为成熟的产业，在国内该行业也正在起步。据介绍，深圳市幼兽数码科技有限公司(www.cubcn.com)在国内首家推出这项全新服务模式——个性化产品定制服务。只要登陆网站上传自己随意发挥的设计创意作品，并将作品放在T恤、杯子、抱枕等多种产品上，通过简单操作实现定制，就可以得到属于自己的也许是世界上独一无二的产品，这项服务在年轻时尚一族中很有吸引力。另外，国内外众多优秀设计师还可以帮助消费者，从海量设计中遴选自己中意的图案进行产品个性化的定制。
朱明山

博客商业转型初现端倪

最近，记者在搜狗搜索引擎上发现，在投放了“博客”关键词推广的广告商中，博客广告已经占据了搜索结果页面的显著位置，而与它并驾齐驱的是优客网、中金在线等一些博客服务提供商，显得颇为惹眼。
据了解，目前个人博客的推广其实已处于蠢蠢欲动的状态，而搜索引擎则是博客推广的首选工具。这是因为搜索引擎仍是用户群最广泛，被市场已认可的最成熟的一种网络营销工具。而事实上，博客的很大一部分流量也还是由搜索引擎带来的。不过目前个人博客在利用搜索引擎做推广上，都只限于去各大搜索引擎网站注册，让网站收录自己的博客，从而方便被检索。
由此引发的新一轮的“眼球经济大战”，“博客做营销”、“博客有钱景”已成为许多人的心中所想。而事实上博客商业转型在我国已显现出了一些苗头。像体育明星刘翔上个月在搜狐开博后，仅半天时间访问量就超过了百万。还有一些娱乐明星的个人博客的人气也是相当高。明星可以如此，“草根”当然也能这般。所以现在一个人或企业已经在尝试利用博客这种形式开展网络营销了。而如何能让更多的人看到自己的营销博客就是随之产生的问题。不过在这一点上，利用搜索引擎的推广方法似乎已经为我们提供了一种思路。
韦卫安

在线互动催热益达护齿城网站

CNNIC在7月18日公布的第20次互联网统计报告中显示，网络已成为孩子学习娱乐的重要工具，另外第三次全国口腔健康流行病学抽样调查结果表明，超半数儿童患龋齿，国内首个专业儿童护齿互动网站益达护齿城网站(www.extra-city.com)成为暑期点击率较高的网站之一。
“无糖口香糖不含糖，咀嚼无糖口香糖可以增加唾液分泌量，中和口腔内的酸性，进一步预防蛀牙。”益达护齿城网站的“牙博士诊所”栏目广受欢迎，其后台回答问题的“牙博士”是现实生活中的专业牙医，可以对孩子进行一对一的科学指导。点击者还可以去在线“游乐园”玩益智护齿游戏，在“社区”发布博客日志、观看系列护齿动画教育片，不知不觉中养成“早晚用含氟牙膏刷牙，定期进行口腔检查，少吃甜点和含糖饮料、餐后和零食后咀嚼无糖口香糖”四个护齿好习惯。据悉，暑假期间，益达护齿城网站开展了系列线上活动，活动开展学校的老师反馈，有80%的网络互动参与者养成了这四个良好习惯。
张一平

《完美》大型网络选秀活动开始

网游玩家摇身一变成为娱乐明星，这不是天方夜谭，而是完美时空网游大作《完美世界》正在做的事情。一场名为“完美家园形象大使”的大型网络选秀活动已经开始，活动旨在通过网络选秀，挖掘出网络游戏玩家中的明星美眉，打造跨越虚拟网络和现实娱乐业结合的网游明星。
此次活动所在网站http://www.world2.com.cn吸引了无数网民的目光。“完美家园形象大使”大型网络选秀活动不仅仅是完美时空的一次选秀行为，更是整个互联网的一次全新尝试，将传统选秀以及全民娱乐概念带到虚拟的网络世界。
王洁雨

蓝色星际看好郑州市场

近日，面向关键行业的视频安全产品与解决方案供应商蓝色星际携手世界领先的硬盘供应商希捷、专业半导体及软件全球供应商恩智浦(由PHILIPS组建)，在郑州中州国际饭店隆重召开“2007科技创新——网络视频监控技术暨解决方案巡回发布会”。
据悉，本次活动自今年6月开始，途经沈阳、长沙、西安、哈尔滨、天津、郑州、广州、北京、成都、上海十大城市，历时3个月。
蓝色星际一向十分注重技术研发的突破与进步，其产品采用国际最新的图像处理主板和图像处理技术，并自主研发图像压缩处理算法等技术，设计生产出业内领先的嵌入式数字硬盘录像机及网络周边产品，提升了行业的技术水平。
蓝色星际通过展示网络视频监控系统的强大功能，显示了视频监控产品与解决方案的高科技含量与保障安全的切实用途，同时还向城市百姓推广了公共设施如何应用现代的安全防范产品与技术，解除了大家的安全隐患心理并加强了安全防范意识。
据蓝色星际市场总监许志斌介绍，目前视频监控以其无可比拟的优越性得到了市场的认可，除安防用途外，在考场监考、赛事管理上也应用广泛，郑州市场以每年近40%的速度迅速增长，可见市场需求极大。而长期专注这一领域的蓝色星际，因为领航新技术的不断突破和互联网解决方案的推出，得到了郑州市银行、交通、楼宇等行业的广泛应用。
笑琳

空调专题之十一

2007 空调夏末盘点：
健康大势引发空调业竞争巨变

年初，业界都在观望：2007 冷冻年度会给空调企业怎样的境遇？但是，一切的怀疑都随着旺季市场空调的火爆销售而烟消云散——由“黑马”变为“骏马”，只用了短短几年时间，在 2007 冷冻年度，格兰仕光波空调实现了令人瞩目的华丽跃升，松下空调截至 6 月底内销已超过 100 万台，已经超过了整个冷冻年度的预计目标，而 LG 空调销量同比增长 31%。

内外销再创新高

“今年空调压缩机出货形势非常好，半年的时间，我们的产量已接近 1000 万台，这正是今年空调销售火爆的直接结果。”日立电器有限公司战略经营部部长魏德清表示。数据显示：今年一线空调厂家大多扭转了 2006 冷冻年度销量下滑的现象，出现了不同程度的增长。
作为 2005 年以来连续两年中国市场增长率最高的空调品牌，格兰仕今年再次取得了不俗的成绩。格兰仕中国市场营销公司总经理韩伟介绍，截至 7 月底，格兰仕实现销售总量 330 多万台，内外销同比增长 18%，其中在湖北、四川、福建等区域更是实现了超过 100% 的增长，在整体销量增长的同时，健康节能优势特征显著的光波空调销量也创出高达 30% 以上的提升。
国美电器有关人士介绍称，北京、上海、广州、南京四个最具代表性城市的空调销售在国美的门店都出现了“历史性”的热卖。广州国美平均一天甚至销售多达 3000 台，而北京国美则在 6 月实现了销售额翻番。

健康成竞争主流

业内人士认为，空调已经走过了最初“温调”时代，净化室内空气质量成为了今年空调最受关注的话题。格兰仕光波空调

被中国室内装饰协会室内环境监测工作委员会确认为“中国首台具有室内空气净化功能的空调”，成为了今年市场名副其实的主流。
光波空调 2003 年诞生于格兰仕美国研究中心，如今已成为了行业中健康空调的代名词。以格兰仕 2007 年创新产品“光波三鲜风”系列为例，该空调不但拥有安全高效的光波杀菌技术，还特有智能换气技术，能够自动检测室内空气质量，只须约 3 分钟时间就可完成“换鲜风”。
与此类似，海尔的 07 鲜风宝利用“AIP 电离净化”、“双新风”和“定温除湿”三项专利健康技术创造多个 A 级：净化率 95% 以上的 A 级空气洁净度；21% 左右的 A 级新风含氧量；35%~70% 的 A 级湿度设定，从而实现 A 级人体舒适温度，并且不用开窗就能实现室内空气洁净清新及保温加氧。
从今年整个空调行业的功能诉求看，健康成为了空调企业宣传产品优势的共同点。

行业升级促洗牌

“伴随着空调由最初的温调时代过渡到现在的健康时代，新一轮的产业升级使得各空调企业的行业位置悄然发生着变化。”一资深家电观察人士认为。
记者从业内了解到，以往重在单纯追求制冷效果，企业也过多的在压缩机材料

上做文章，如今健康功能日益居于主导，健康诉求鲜明的空调逐渐站到了行业的前列，一些没有突出健康功能的空调逐渐淡出了人们的视野，诸多曾经的知名品牌却在产业升级中走下坡路；华凌被并购，乐华、小天退出空调市场，企业层次已经面临重排。
海信推出了 R410A 直流变频空调，TCL 则联合杜邦推出了带有“舒瓦”标识的空调。日资空调品牌在 R410A 的推进速度上相对较快，大金在 2007 年的新品中全部使用了 R410A 制冷剂。“格兰仕已具备了冲击行业三甲地位的实力，企业层次面临重排，”国务院发展研究中心市场研究所副主任陆羽波分析认为，“与空调邻近的彩电业，传统 CRT 时代并不特别突出的海信、厦华，正是搭乘着彩电业刮起的平板风暴，一举走到了行业的前列，空调业的产业升级同样给了直接冲击传统品牌领导地位的机遇，格兰仕等新锐品牌正迅速步入市场主流，冲击着行业三甲地位。”
“高端新品的差异化营销最大程度地放大了高端产品的销售，虽然这些产品的单价价格最低也达 2500 元，但从卖场统计来看，高端产品的推广策略使得空调总的销售额实现了大幅提升，这是厂家愿意看到的结果。”国美电器有关人士总结道。
本报记者 赵羲

记者述评

先远后近 静水流深

进入空调行业初期，品牌企业格兰仕就树立了一个高标准，“先远后近”，就是从国际市场入手，依托国际市场对产品技术和管理水平近乎苛刻的要求，首先在产品品质上做到行业领先；面临 2004 年以来行业内的喧嚣，格兰仕一直近乎固执地坚守着自己的方向，所谓“静水流深”，始终坚持在光波杀菌技术的研究和推广，让其独有的“光波”种子茁壮成长。
对于今年旺季出色的销售业绩，格力空调有关人士总结认为，首先，今年空调市场的启动大大提前了。今年 3 月份，空调厂家就开始发力，大规模的促销就已开始。其次，去年家用空调同比增长导致的低水平基数，也是今年空调销售提升幅度较大的一个原因。大企业努力维系的理性价格体系逐渐被消费者所认可。
2007 冷冻年度的旺季，带来了各个空调厂家盛夏的果实。



卖场速递

五星电器 再掀换季优惠狂潮

五星电器年中全连锁换季清货活动即将在本周末拉开序幕。届时，五星将会在所有的卖场进行样机打折销售。河南五星电器总经理战并表示：“这次活动的目的是加快样机周转率，调整季节性商品结构，优化中心库存，打造更高层次的物流体系。”据了解，换季活动时间从 8 月 18 日至 8 月 20 日，连续三天，高达上亿元的样机资源将在五星卖场集中投放，最低 6 折起售，给消费者带来前所未有的实惠。

五星全连锁换季清货 仅限 3 天

此次换季清货包括空调、彩电、冰箱、洗衣机、厨房卫浴家电、数码、手机、小家电等全部品类，甩卖 3 天，库存家电一件不留。
眼下，各大百货和家电连锁都在忙着换季促销，清理样机和库存，为秋冬新品的上市做准备。战表示，五星这次全连锁的换季清货不仅是为了新品的上市做准备，同时也是借这个机会，让每个卖场的商品结构更加优化，调整后的商品少了那些很少被消费者关注的，多了一些消费者喜爱的畅销品牌和型号，通过这种调整，减少消费者无效的选购时间，从而能更加方便快捷购买到自己需要的产品。
据悉，五星卖场在经过这次调整之后，将汇集市场上 80% 以上的电器精品和潮流新品。700 万像素的数码相机、豪华双开门冰箱、音响、与国际潮流同步上市的新款手机等等。调整后的卖场将新增 20% 的国际性品牌，扩充产品型号，使每个核心卖场所有商品型号达到 10 万个，增加 3C 产品比重，使 3C 产品的比重提升到 25%~30%。

五星卖场亿元样机最低 6 折起售

五星表示，此次让利销售得到了 600 多个品牌的理解和全力支持，本次让利，将以空调、彩电、冰箱、洗衣机、手机、小家电等畅销品类为主，要做到一件不留。
从本周六开始，消费者在五星任何一家卖场，将随处可见降价红色标签。由于五星一直都是与国内知名家电生产厂家进行合作的，所有样机也都是名牌产品；而且五星向来对样机管理有着严格的明文规定，一般样机在展出的时间不会超过半年，而且参与让利的所有样机基本都是知名厂家去年流行的款型，同时在样机的质量和售后服务上，五星给予全面的保证。
作为旺季的主打产品，空调的全场让利最高达到了 2000 元，同时有上万套格力、美的、春兰、奥克斯、志高、海尔、海信等 20 大知名品牌供消费者选择。彩电产品的打折也不甘落后，平板彩电也不再“矜持”，彩电甩卖专区 6 折起售。手机作为典型的快速消费类电子产品，更新速度快、贬值幅度大，使商家一直面临库存积压。赶上这次换季清货，五星顺势把这批库存采用降价的策略抛货，重点对库存的低价位手机进行清库销售。
另外，在五星电器的价格清单上可以看到，届时五星卖场电风扇全场 5 折起售，电饭煲、电磁炉、饮水机样机全场 7.5 折，神州灶具样机 8 折起售，索尼摄像机样机 7 折起售，彩电、冰箱洗衣机 6 折起，空调 8 折起售。
黄岩

综合播报

“FLY 创意创富大赛”首期大奖揭晓

郑州学子赢取 QQ6

8 月 10 日，凭借单周积分第一的成绩夺得波导“FLY 创意创富大赛”首期大奖，郑州大学升达经贸学院大二学生和健领到了自己的奖品——奇瑞三厢轿车 QQ6 一辆。
据了解，“FLY 创意创富大赛”是由北京大学主办，波导手机和奇瑞汽车联合赞助的大型网络赛事，该赛事以飞空间(fly.qq.com)为参赛平台，以个性洒脱不羁、观念时尚前卫、充满想像力和创造力的年轻人作为参赛对象，以年轻人喜闻乐见的彩铃、图片、视频、音乐、短信作品为参赛内容，充分激发年轻人的创意，展示年轻人的个性。这次赛事从 7 月 31 日开始，历时半年，以周为单位共举行 24 期，每期积分最高的作品将获得奇瑞三厢轿车 QQ6 一辆。
根据截至 8 月 7 日 24:00 的积分统计，郑州学子和健以单个作品积分超过 22 万分的成绩高居榜首，成为首期大奖得主。面对这意外的惊喜，和健难掩兴奋，他告诉记者：“当时只是抱着试一试的心态上传了作品，并没有想到会得奖。对我们学生来说，有创意，就等于拥有了一笔取之不尽的财富，我们需要做的，是寻找并充分利用机会将自己无形的创意转化成现实的财富。”
宋笑琳 赵羲

无线网址为手机用户带来便捷

手机上网的用户，经常会为记不清楚网址而发愁，而日前无线网址的出现为内容提供商们扫除了这种障碍。
据介绍，手机用户只需发送“空中折扣”到 916076 就可以登录手机网站，解决了手机上网的“入口”难题。而空中折扣、票务查询等越来越多的无线互联网站点则开始专注于个性化的移动资讯提供，专家对这种趋势给予了认可：“众多专门提供差异化资讯服务内容的出现，正是无线互联网进入内容为王的应用发展时代的结果和表现。”
“空中折扣”WAP 网站负责人秦展坦言：“之所以使用无线网址并推出‘空中折扣’这个无线资讯平台，正是看到了移动资讯服务带来的市场机遇。” 肖红

智能热水器法罗力 V6 打破市场上限

近日，市场中首次出现了最大功率 3KW 的电热水器产品。“欧洲热水专家”法罗力 V6 智能热水器以科技领先的双核技术、六功率自由切换强势登陆中国，实现与欧洲同步上市。
据了解，V6 智能热水器六功率自由切换技术就像是高档汽车的六档自动功能，可以根据消费者设定的温度，并依照内胆的水温及环境因素的变化，在六个功率中选择最合适的加热功率，例如当温差较大，您需要快速加热时，V6 自动选择 3KW 加热，而进入保温状态时，V6 将自动选择 0.5KW，智能人性化的设计让生活变得更轻松，也更省钱。V6 智能热水器采用的双核技术，拥有两套独立的加热系统，可实现智能提速并使热水器的寿命更长。而且即使使用同一套加热系统发生故障时，另一套加热系统仍可保证热水器的正常使用。法罗力亚太区总经理 Mr. Mario Cioccolo 表示，法罗力在世界各地凭借领先的科技，国际化的品质与服务倍受消费者信赖，将根据中国的实际情况，为消费者创造完美的热水使用感受。据悉，由于 V6 领先的智能科技，产品一上市就广受高端用户的青睐。
林吉

手机看电影 大屏幕高性能视频手机导购

诺基亚 N93i

N93i 拥有一块 1600 万色 QVGA (240×320) 分辨率的 2.4 英寸内屏和强大的 320 万像素 3 倍光学变焦摄像头。该机内置的 RealPlayer 播放器可以兼容 3GP (H.263)、H.264/AVC、MPEG-4 以及 RealVideo 8/9/10 格式的视频文件，当然全屏播放 QVGA (240×320) 分辨率 MP4 视频文件也不成问题。



摩托罗拉 ROKR E6

E6 在视频播放上，拥有 2.4 英寸的 26 万色 QVGA 可触摸 TFT 屏幕的 E6，实力也不容小觑。存储方面，该机可以通过第三方 SD 卡将存储空间提高到 2GB。摩托罗拉

ROKR E6 内置的 Realplayer 可以支持 MPEG4、3GP 格式的视频文件，只需简单的设置，用户就能利用可视面积高达 2.4 英寸的 26 万色 TFT 屏幕全屏欣赏这些视频。



三星 SGH-i718

三星 SGH-i718 拥有一块 2.8 英寸的 65536 色 QVGA (240×320) 分辨率触摸屏，采用了“微软”Windows Mobile 6.0 操作系统的 i718 拥有着强大的视频播放能力。三星 SGH-i718 支持 WMV、ASF、3GP (H.263)、AMR 等多种格式的多媒体文件播放。经过优化后的 Media Player 在系统资源占用方面表现良好，能够流畅的播放多种视频文件。