



2020年以来,由于人们居家时间较长,全国客厅大屏的日均收视总时长增加,从而带动彩电市场消费增长。在众“星”云集的彩电市场,消费者选择余地更多。不仅看画质、听音质,还要选择内容,在电视尺寸上消费者的要求也是越来越“大”,超大屏智能电视成市场宠儿。

8K 超大屏智能电视 引领市场潮流

本报记者 高冬梅

▶▶▶ 大尺寸电视销量增长

“选择大尺寸电视的消费者越来越多。”日前,记者走访我市家电卖场,一位品牌电视销售导购告诉记者,对于选购电视产品的消费者而言,大尺寸电视能够为自己提供极致的视觉盛宴。相比小尺寸电视,超大屏电视能给消费者带来很多视觉体验上的提升,更能赢得消费者的心。

2020年上半年,超大屏智能电视市场出现了不小的增长点。据中怡康数据显示,2020年2月,全国超大屏电视的销量同比增长30%。2020年1-5月,75英寸以上超大屏电视市场的销售量更是同比增长了109.6%。

“现在的楼房在户型设计上客厅空间很大,只有大尺寸电视才能‘掌控’的了。”市民张宇说,他家140多平米的房子客厅空间很大,“大屏电视摆在那儿也不显突兀”。

▶▶▶ 8K电视开启平价消费

与超大屏电视爆发相辅相成的,是8K技术在2020年的开花结果,2020年上半年,8K电视销量同比大幅增长,8K电视销售进入新阶段。

据了解,8K电视在分辨率上有极大提升,可以带给用户其他终端不能比拟的极致画面感受,多位彩电业内人士表示,这一产品方向,在很长的时间里都会成为未来电视产品的主要发力点。

“没想到现在8K电视价格也不是很高,画面清晰,稍贵点也划算。”在逛了一圈彩电市场后,市民郑先生决定为春节前结婚的儿子买一台8K大屏智能电视。

据奥维云网统计,2020年五一期间在各大品牌的竞争下,8K电视开启

了平价消费。尤其在55英寸这个主流尺寸段上,某品牌电视打出55英寸8K电视只要3999元的超低价后,极大地拉动了销量,让55英寸8K电视销售份额全面飙升。同时,这也刺激其他品牌跟进“亲民版8K电视”推出,带给消费者更多“惊喜”。

品牌电视经销商李先生表示,超大屏、8K电视的热销,不仅预示着消费者重新找到了大屏的独特价值,同时也意味着智能电视有了吸引用户的独特产品特征,有利于推动彩电市场的持续发展。

新风系统+中央空调 打造舒适居家环境

随着生活品质的日益提高,清新健康舒适成为人们对居家环境新的追求。而新风系统与中央空调配合使用,则会达到事半功倍的效果。

据了解,新风系统是将室内浑浊的空气排出室外,再将室外新鲜空气引进来,从而实现室内外空气循环。中央空调是通过制冷制热来调节室内温度。在安装上,新风系统安装条件几乎为零门槛,中央空调并非适合所有家庭安装,对于超小户型(<40㎡)或层高过低(<2.6m)的用户来说,不建议安装中央空调,因为一台小型空调柜机即可满足全屋冷暖需求。

新风系统和中央空调两者的实际用途并不冲突,而且配合使用效果更佳。因为中央空调只是解决室内温度调节,并不具备换气功能。同时,开启空调往往需要密闭门窗,容易出现室内空气不佳等问题。新风系统则能够保证密闭空间内的空气质量,随时为用户提供洁净新鲜的空气,其净化模块同时能够提供一定的空气净化效果。所以,中央空调和新风系统配合使用,才能保证室内环境的舒适和健康。

梅方



2021款全新奥迪A3即将上市 轴距加长51mm

近日,记者从庞大汽车园区风华奥迪4S店获悉,2021款全新奥迪A3车型即将在大同地区正式发售。新车沿用了奥迪品牌全球版车型的主体设计风格,并推出了长轴三厢版和标轴两厢版两个配置版本。此前,奥迪通过媒体发布的新车预售价区间为21-25万元。

外观尺寸方面,相比上一代车型,全新奥迪A3的设计突出年轻化元素,运动感十足。两厢车型的尾部车身姿态略微下沉,三厢车型的尾部则微微上翘,狭长的灯组加上梯形的牌照区域突出了新车的整体层次感,同时,双边的排气布局让新车看上去更加时尚。新款车型两厢标轴版的长宽高分别为4343/1815/1458mm,轴距为2630mm。三厢长轴版长宽高分别为4548/1814/1429mm,轴距达到2680mm。相比老款车型,新车在轴距方面加长了51mm。

动力与内饰方面,先期下线的2021款奥迪A3将继续搭载1.4T发动机,最大功率150马力,匹配7速双离合变速箱,预计后续奥迪将会推出搭载2.0T发动机的A3车型。新车内饰的整体质感相较老款也有所加强,操纵台上嵌有10.1英寸中控屏幕和12.3英寸全液晶仪表盘,方向盘后方的定速巡航控制键使用起来非常方便。另外,新车配备了一张带有伸缩腿托的主驾驶座椅。

大同庞大风华奥迪4S店的售后顾问王跃文介绍说,奥迪A3是一汽集团推出的第五款国产车型,它外观和动力表现都值得称道,具有极高的性价比。所以,A3车型在我市汽车市场中比较受欢迎。这次更新的“年轻化”A3更是会吸引到不少的年轻消费者前来看车,新车到店后,有试驾需求的市民可以提前拨打店内客服电话预约试驾。

焦燃



建行微信银行 助你实现“微生活”

建行微信银行是建行在微信渠道上推出的集账户查询、投资理财、信用卡、生活缴费、智能客服以及各类优惠活动于一体的电子银行服务,是为应对移动化、社交化发展趋势所打造的场景化服务和社会化营销平台,是手机银行的业务展示和营销宣传渠道,涵盖“微金融”“悦生活”“信用卡”三大类服务。与传统电子银行渠道相比,微信银行具有以下优势:

一、低门槛准入

客户只需在微信中关注“中国建设银行”微信公众号即可享受7×24小时全方位金融与非金融服务,无需下载软件。目前微信银行支持同时绑定本人5张储蓄卡、1张信用卡。

二、便捷化服务

已绑定银行卡的客户可实时免费接收账户变动微信通知、直接查询储蓄账户余额、当日近5笔交易明细、信用卡账单与额度、客户星级、综合积分等内容,还可办理信用卡还款、信用卡申请、分期等业务。

三、丰富的资讯

微信银行支持客户主动查询最新利率、汇率、理财产品等金融行情资讯,提供生活缴费、周边网点查询、商户优惠查询、分行特色、善融精选等生活服务。

四、智能化交互

客户可直接在微信公众号对话界面直接向智能客服“小微”发送文字或语音对话,系统对客户发送的内容进行智能语义分析并进行回复;若客户需要办理相关业务,智能“小微”将直接推送办理链接或办理结果。

丽华 晨霞

建行大同分行 做居民理财“好帮手”

日前,建行大同分行围绕“善理每一分财富”主题,不断丰富数字化经营工具和产品权益,升级线上智能、线下专业投顾服务能力,帮助不同年龄阶段、社会背景、风险偏好的客户增加财产性收入,悉心培育客户价值和长期投资理念,擦亮普惠、智能、专业的投资理财品牌。

一是把握财富市场和客户成长规律,统筹好客户产品、线上线下、规模效益、存款理财的关系。秉持以客户为中心、以需求为导向的经营理念,充分发挥线上线下渠道的优势,通过做大客户基础和投资理财蓄水池,厚植发展基础,带动存款和效益提升,推动形成银客双赢局面。二是按照“升维促变、创新蓄能”的方针,全面提升投资理财、数字经营、精细化管理能力。组建专业团队,研判市场趋势,统一配置策略,每周发布重点产品指引。将客户从等候到店的全流程标准化,并立足场景设计营销规定动作,形成“客户经理的一天”和“网点的一天”两套固化标准,辅以督导、通关、检查等手段确保执行到位。三是坚持“精心组织、全力以赴”的原则,抓实抓细培训提能、资源倾斜、合规消保等工作。完善分层分类的培训赋能体系,帮助网点负责人、产品经理了解同业动态、开阔视野、创新思维。开展“市民理财节”预热,通过线上宣传、外嵌场景、网点阵地、话题口碑等方式打响品牌,同时守牢合规底线,突出消费者权益保护。

左语 晨霞