



曾经稀有的LED电视如今占据了家电卖场的大部分展区，而日前，三星对外宣布将在中国内地市场逐步退出LCD电视产品消息之后，更引起了业界的一片哗然。不少业内人士纷纷预言，2012年将会迎来彩电行业的全民LED时代，长虹等主做等离子电视的品牌前景堪忧。

# 全民钟情LED 加速淘汰等离子

□林恩

## 新技术层出不穷 加速LED全面普及

“从这几年彩电发展的形势以及推出的新技术来看，LED的全面普及不是偶然现象而是必然结果”，一位资深业内人士向记者分析道，“无论是3D技术、智能电视还是云技术的应用，这些新技术对电视产品本身的硬件配置要求相当高，而就目前的情况来看，只有LED电视能够满足这些层出不穷的新技术的需求。”

的确，3D技术对电视色彩饱和度等的要求非常高，智能电视在浏览网页时要求电视本身在动态和静态图像时

的清晰度一定要更高，而云应用更是对电视机的整体性能要求非常苛刻，相比LCD液晶电视、等离子电视，似乎只有LED电视的技术才能担此重任。“发展至今，LED技术已经发展得相当成熟了，无论是从满足人们使用需求还是外观设计抑或价位角度考虑，目前来看，LED电视应该是达到了消费者最理想的状态。”某彩电品牌负责人告诉记者，“无论是夏普、索尼、三星、LG等外资品牌还是海信、TCL、创维、康佳等国产品牌，都是LED技术的引领者和受益者，固守等离子阵地的长虹等个别品牌将逐渐被市场抛弃。”

## LED全面普及 等离子或无退路

如果说全面推广LED，加速了LCD液晶电视退出市场，这是一种更新换代、必然现象的话，那么LED的普及对于等离子电视来说无疑是致命的冲击。业内专家分析，如若LED全民化，那么等离子电视仅剩的那些市场份额也将被占领，届时等离子电视或将没有任何退路，甚至会被完全淘汰。的确，与LED电视的先进技术相比，等离子电视就有点“望尘莫及”了。众所周知，LED电视画面更优质，理论寿命更长，制作工艺更环保，并且能使液晶显示面板更薄，无论是从功能还是外观上来说，LED电视都是顺应时代发展的前沿产品。

而据业内人士分析道，等离子电视最大的缺点在于“残影”问题，由于采用了R、G、B荧光粉自发光，并以固定像素寻址方式显示图像，在长时间显示高亮度、高对比度的静止图像时，等离子电视容易产生残留影像，这就意味着在目前智能电视大行其道的情况下，等离子电视无法满足网页浏览的应用。除去“残影”问题外，等离子电视清晰度达不到未来的要求，其次由于本身技术的局限电视机身太厚无法满足消费者的美观需求，而最受消费者关注的是经过专业测试等离子电视的辐射非常大，远远大于液晶电视，屏幕四角辐射值大于8μT，屏幕中央辐射值超过15μT(人体可接受的辐射值范围不超过0.2μT)，健康为上的年代，这让很多使用者心中甚是不安。

## 观客声音

**②Bunny:**现在电视技术这么发达，等离子远远赶不上LED，就像造飞机一样，材料不行，噱头再好飞不起来，一切都是白搭。

**懂e的人:**国际上不用了的玩意，就证明不行，现在长虹等国内企业还在推，应该是骑虎难下了吧，花大钱买了生产线，不做亏，做了还能吃点“残羹剩菜”。

**小A的人生:**天下必然是LED的，想想我们身边的无论是MP3、电视还是户外电子屏都是LED屏幕，要顺应时代发展。

**煎鸡蛋:**等离子VS LED?不用作对比，没有对比性，这一切只是时间问题，液晶电视都慢慢淘汰了，更何况等离子电视呢?

**维拉维拉:**人类已经无法阻止LED的发展了，又薄又美观，像我这种外貌协会，选LED电视，那是必须的。

## LED精品赏析



◆TCL V7300系列:智能云计算LED

◆海信XT770系列:高端智能LED



◆创维E83系列:互动共享LED



◆康佳6000系列:银联安全LED



◆三星“如意红”:全技术LED



## 吸星有道

近日，汇聚众多名人明星的香港知名珠宝品牌金至尊珠宝新春晚宴于深圳华侨城洲际酒店隆重举行，吸引诸多大陆和香港两地名人明星的出席，一时间华侨城星光熠熠。除了金至尊珠宝集团旗下的明星代言人曾志伟、三位亲善大使和两位系列代言人之外，更值得一提的是，大陆

## 金至尊携手巨星同台秀

和香港实力巨星孙楠和古巨基更是上演了一场精彩的同台秀。在新春晚宴现场古巨基身着自己设计的潮牌服装，动感开唱，一展“情歌王子”的魅力。而金至尊珠宝更加不会错过与这位明星设计师携手的机会，值晚宴的机会更是宣布会与古巨基展开一系列的跨界合作。采访中提及这次与珠宝品牌的跨界合作，古巨基笑言：与金至尊珠宝的合作其实不算是跨界，服装、配饰本来就是一家人，很相衬！

而从去年开始，一直与金至尊珠宝有着良好合作的

内地乐坛一哥孙楠，也出现在晚宴现场，并且担任压轴表演嘉宾。自孙楠“迫不及待世界巡回演唱会”北京站和广州站，金至尊珠宝作为赞助商之后，更是后续合作打造了由孙楠亲自设计的“楠得有情”吊坠。二者携手开启的“相爱同行，幸福牵手”婚嫁体验活动也已经在如火如荼的进程中，并将于4月在演唱会的武汉站见证幸福。

汇聚众多名人明星几乎成为金至尊珠宝最鲜明的品牌标志之一。晚宴现场，曾志伟亲自连线品牌代言人陈慧琳小姐。即将再次成为幸福妈妈的kelly，通过电话现场传递祝福，并表示会继续参与品牌活动，支持品牌发展；而由品牌系列代言人陈嘉桓和杜宇航压轴表演的万千华丽珠宝秀，展示了逾千万的华美首饰，让现场璀璨生辉。

## 强化售后服务品质 东芝电脑荣获客户服务满意单位殊荣

3月9日，由中国电子商会、《消费电子》杂志社主办的“第六届全国消费电子产品售后服务工作会议暨2011年消费电子行业总评榜”正式揭晓，东芝电脑凭借其卓越完备的客户服务体系荣获“2011年度消费电子行业客户服务满意单位”称号，东芝电脑首席运营官王新福先生荣获“2011年度消费电子行业卓越经理人”称号。东芝Portege Z830从众多竞品中脱颖而出，荣获“2011年度最佳商务笔记本电脑”，它是本次唯一获奖的“超极本”产品。

中国电子商会负责人介绍，随着IT行业竞争的日趋白热化，产品差异不断缩小，厂商在比拼质量的同时售后服务自然成为吸引消费者的重要手段。东芝电脑始终坚持将卓越的品质保障融入产品和服务，在售后服务方面，从报修系统、服务网点、维修效率、售后工作人员培训考核等方面做出了重大变革，大大提高了售后服务的水平、范围及效率，为消费者提供了专业细致的全程售后服务体验，从而树立了良好的口碑。

### 售后服务水平不断提升

东芝电脑的售后服务始终坚持“客户至上、质量第一、重视市场反馈”这一基本理念，从东芝电脑热线到遍布全国的东芝授权服务中心的每一位售后服务人员，对每一位尊贵的东芝客户的服务需求都进行了及时妥善的

对应。针对客户关注的服务周期问题，通过不断扩建各地的备件库来缩短物流在途时间，有效提升了客户满意度。另一方面，通过对授权服务中心的业务考核，加快工程师对故障机器的检测和维修速度，保证维修的效果。

东芝在现有的面向授权服务工程师的培训和考核制度基础上，开展了涵盖全体系的“服务达人比武”和“服务创新运动”。广大授权服务工程师借此苦练各项内功，持续提高技术技能和服务技巧，为向广大东芝用户提供

超一流水平的售后服务打下扎实的基础。

### 售后服务范围更加广泛

在售后服务网络拓展方面，东芝电脑在遍布全国70多个城市的售后服务网络基础上，创新性的推出了面向授权经销商的“服务认定店”计划，通过向符合要求的经销商授予一定级别的售后服务资质的方法，给当地用户便捷迅速的享受东芝的售后服务带来可能。

随着影响力的不断扩大，包括微博在内的社会化媒体将成为消费电子企业售后服务平台的中坚力量，东芝电脑的新浪认证售后服务微博(@东芝电脑服务)作为售后服务平台新扩充的领域已经正式上线运行。用户通过微博平台能方便快捷地和东芝电脑售后服务人员进行沟通，同时还能及时获取各类服务信息，给用户带来全新的体验。

随着IT市场竞争重心由技术和产品向应用和服务转变，IT产业的发展战略也由产品为导向转向以客户为导向，不断提升用户的服务满意度，成为IT企业增强核心竞争力的重要途径。东芝负责人接受采访时表示，2012年，东芝电脑将会继续秉承着名门科技精神，将售后服务做精，做细，让每一个用户都能感受到东芝细心周到的服务，回报他们对东芝一如既往的支持和厚爱！

