

# 2011 数码产品玩颠覆



Smart Fish

**亮点:** 这款键盘被冠上“世界上最聪明的键盘”的名号。这款弯曲的键盘可配合使用者的使用习惯并随之调整角度。

**点评:** 即使是生产商故意虚张声势,但其人性化以及超酷的外形让键盘有了一个突破。



微星 KidPad

**亮点:** 此款pad专为儿童设计,外观设计上更贴近孩子审美,重量仅有900克,内置儿童教学、娱乐软件。

**点评:** 平板已不是什么新鲜事,但专为儿童推出的可爱款着实是一大创新,这个年代模仿不稀奇,最重要的是突破。



索尼 J10酷拍

**亮点:** 内置USB接口,可直接上传照片至开心网、优酷网等热门网站,加入了时下流行的色彩混搭元素,与机身色调完美融合。

**点评:** 索尼此次推出的相机在色彩命名上分别用了给力、淡定、威武等词,也许产品不一定能打动人心,但fashion的名词却能扣人心弦。



卡西欧 Tryx 数码相机

**亮点:** 拥有屏幕可旋转270度与外框架360度双轴心的TRYX,除了有如随身脚架的设计之外,搭载21mm超广角镜,可站着拍、躺着拍、挂着拍。

**点评:** 其怪异新奇的造型是这款相机最大的突破点,再加上其独特的可旋转设计,看来卡西欧是想在今年发力。

## 2011 consume 消费 会怎样

融合了最新产品、最新科技的CES消费电子展又在拉斯维加斯拉开帷幕,可以说这是2011年的风向标。纵观此次展出的产品,小编不得不说不说2011年将是一个电子科技颠覆年。

## 社区服务精致化 为用户解难题、送便利、服务到家

——山东省第一形象海尔专卖店1月15日亮相济南山大路



新年伊始,泉城最大的海尔专卖店——山大路店,即将于1月15日在山大路隆重开业,面积达1200m<sup>2</sup>的海尔专卖店及展示、体验、服务于一体,将成为海尔山东第一形象专卖店。

**服务一站式 用专业能力解用户难题** 当下,消费者在选购家电时不仅注重家电产品的功能消费,更加注重品牌信誉、一站式的贴心服务,而家电卖场的直销员在推荐产品时,往往将精力放在产品的性能、外观等产品本身的优势上,而对消费者真正关心的需求却无法提供准确而有参考性的意见。尤其是对于年轻的白领阶层来说,平时生活节奏

很快,很难有足够的时间和精力去选购适合自己的家电。笔者了解到,这样的问题在海尔专卖店却不需要担心,因为海尔专卖店提供全程专业化服务,免费上门提供家电组合方案,免除了后期更改布线、管路等麻烦。

**服务全方位 用真心实意赢用户信赖** 海尔专卖店的服务不仅体现在与产品有关的方面,在产品服务之外,同样用真诚的心面对社区用户。王大妈是一位独居老人,儿女工作忙,平常很少回家。一次王大妈买菜回来累的坐在了小区的石台上,被海尔专卖店的员工看到了,将王大妈扶进店休息,还帮王大妈把菜送到家。每到逢年过节,专卖店的社区专员还上门为王大妈免费清洗油烟机,为冰箱除霜,王大妈深受感动,逢人就夸海尔人好。不仅如此,王大妈还成为

了海尔家电的忠实用户,儿女们无论谁家要换新家电,王大妈总是让他们到海尔专卖店来选。

**服务体系化 用无微不至让用户感动** 笔者了解到,海尔专卖店服务的最大特点就在于跳出了家电销售和售后服务的圈划,从消费者的日常生活需求着手,尽一切可能满足消费者多种多样的服务需求。从前期了解用户需求,到入户免费设计安装,再到售后回访,定期保养维护,直至为消费者代缴生活居住费用,代购车票、飞机票,提供免费饮用水、厕所和雨伞等等,甚至以低价销售生活必需品的方式来回馈社区居民,这一系列的举措已经成为一套海尔专卖店的服务体系,让海尔专卖店越来越成为消费者生活必不可少的一部分,真正实践了“好邻居”这一品牌。(辛闻)

## 索尼全新J系列DC亮相

1月11日,以“酷拍J团 拍得有型”为主题的索尼全新J系列数码相机新品发布会在上海华丽登场。该产品突破传统的机身结构,新潮的纤薄设计,独具匠心的红、橙、白、蓝、黑配色,都在聚光灯下显得格外闪亮。

索尼J系列数码相机是专为90后年轻人打造的贴身潮物,其5款颜色分别被命名为“给力红”、“有爱橙”、“浮云白”、“威武蓝”和“淡定黑”,掷地有声的“爱称”绝对让年轻人过耳不忘。与J系列同期亮相还有五个卡通形象,充分彰显了这五款的不同个性,同样令人印象深刻。索尼J系列定位在15-24岁之间的年轻人,这些新人类中意时尚,关注另类潮流产品,喜欢“宅”、喜欢“萌”、还喜欢

“探索”好,致力于的产品策略发展之道。场调研,我尤其是九零品的选择有他们希望它还能希望自己的个性上能完全满足需求的卡片尼(中国)有业本多数数码木隆之说,“真实需求就和使用价值的价值。索尼们为年轻人物,是我们