

奥运与电视 不得不说的故事

当人们还沉醉在欧洲杯的精彩对决中，伦敦奥运会也拉开了帷幕。通过电视转播观看奥运会已经成为人们4年一次的习惯。电视一向是奥运会的“亲密伙伴”，然而谁还能想起第一次看电视奥运转播是在什么时候？那时候的电视机是什么样？

黑白电视 开启国人奥运之旅

中国人对奥运的记忆从1984年开始，那一年中央电视台第一次转播奥运比赛。当时电视的价格对一个家庭来说可不是个小数目。据网友kevin回忆，他家当时购买一台12英寸黑白电视机，首付150元，以后两年内每月还贷款10元，连本带利390元。即便如此，也不是家家户户都能买得起电视。谁家里有电视，每天都会吸引周围一大片邻居前来“围观”，即使连声音都听不清，也看得津津有味。

就是这样一台“来之不易”的黑白电视机，将中国人带入奥运会这个拥有无限魅力的体育盛会。虽然当时看不出中国运动员的衣服是什么颜色，也看不到五星红旗的那抹鲜红，但是许海峰为中国拿下的第一枚金牌、“体操王子”李宁的3个冠军、中国女排实现的“三连冠”，却成为中国奥运记忆中最经典的时刻之一，这些画面也将中国观众的奥运热情点燃，接下来的每一届奥运会，都成为夏天最不能错过的饕餮盛宴。

彩电时代 记忆中的那抹中国红

上世纪八十年代中后期，彩色电视机出现在商场货架上，然而当时供不应求的状况需要凭票才能买到。“电视机票”如同现在春运的火车票一样“一票难求”，很多人为了买一台彩电，不惜花高价去买“黄牛票”，彩电成了当时中国人最大的“奢侈品”。到了八十年代末，进入九十年代，中国彩电的生产形成一定规模，彩电的普及率也大大提高，绝大多数家庭尤



其是城镇家庭的黑白电视都被彩色电视所取代，并且电视的最佳“伴侣”遥控器也随之而来。1992年巴塞罗那奥运会是大多数中国观众记忆中的第一届“彩色”奥运，当伏明霞最后一跳锁定冠军，当邓亚萍最后一拍击败对手，当五星红旗16次冉冉升起，人们的血液也跟着那一片红色涌动不息……

上世纪九十年代中期，长虹、康佳、TCL等电视企业进入大发展时期，外企品牌三星电子也在这个时期进入中国市场，并且在世界上首次推出了33英寸双画面电视，1998年又成功开发出纯平电视。

平板电视 “轻”松看奥运

电视的更新换代越来越快，2001年三星率先研发出世界上第一台40英寸TFT-LCD液晶电视；2002年

又推出轻薄的PDP-TV等离子电视。2003年后，海尔、创维等国产品牌也陆续加入到平板电视的普及风潮中。2007年，液晶电视的销量逐步提升，虽然销量不到总体的20%，但是CRT电视的销量却跌破80%，并且液晶电视的销售额已经达到52%。伴随中国观众将近20年的“大盒子”渐渐地离开市场，被消费者请出家门，大屏幕平板电视成为客厅中最亮丽的“主角”。

2008年奥运会来到自家门口，牵动无数国人的心，成为中国观众奥运记忆里的又一个经典。CCTV动用65辆高清转播车，第一次实现了奥运会的高清转播。同时，“买台高清电视看奥运”也成为了当时商家促销的口号，电视厂商纷纷针对奥运推出1080P大屏幕、全高清电视，比如当时的东芝XF系列、康佳08珍藏版、三星650系列液晶电视。中国观众的“高清奥运”就此拉开帷幕，通过高清的画面，开幕式的宏大场面、刘翔退赛时的痛苦与无奈、体操男团的夺金时刻，都成为观众们清晰的记忆。

3D 加智能 奥运现场更“近”一步

北京奥运的记忆尚还清晰，伦敦奥运马上又要来了，今年看奥运又有什么新花样？CCTV3D频道将3D转播奥运会的开幕式和部分重要比赛，这对于中国观众来说，将又是一次全新的体验。虽然大家都有过观看3D电影的经历，但是看体育比赛还真是头一遭。试想一下，超级球星的一记

倒挂金钩，足球快速飞出仿佛冲破屏幕朝你飞来，跳水运动员落水时水花似乎溅出了屏幕，那种刺激的感觉自然不言而喻。

除了3D，今年的智能电视让看奥运不再“单纯”，比如，觉得一个人看奥运很无聊，智能电视的应用软件可以联系网上好友一起讨论比赛，为中国健儿呐喊助威，以三星SmartTVES8000为例，通过其独特的社交电视应用，将电视画面和微博或人人网的窗口同时呈现，边看比赛，边发微博发状态，熬夜看比赛，也不是一个人在“战斗”。

智能电视在实现网络社交的同时，也开启了人机互动的时代，多家厂商在今年推出语音控制、手势识别的电视操控模式，长虹的Ciri语音电视让用户通过遥控器和电视对话，查看天气预报，查找新闻，点播电影都可以通过Ciri来进行；三星SmartTV的语音控制不需要任何遥控器设备，只需对着电视说出相应指令，开机、频道切换、音量调节都能实现，如果要了解某个运动员的资料，也只需说“你好，电视，全智能搜索”，然后报出运动员姓名，再通过三星独有的手势控制选择网络搜索，即可获得丰富信息。

奥运和电视的关系密不可分，电视的不断发展也不断更新着我们看奥运的感受和体验，从黑白到彩色，从平板到3D，电视让奥运越来越好，让竞技体育的魅力无限扩大。即将到来的伦敦奥运会，势必会因3D智能电视的到来，成为人们记忆中的另一个经典！（新民）



电商“价格战”自损元气

从6月份以来，各大网上商城的“价格战”是一波接着一波，包括当当、京东以及苏宁易购、国美商城等主要电子商务都在大做促销，甚至户外的广告牌都随处可见电商促销的介绍。可以说，从端午节前夕到今天，电商的“价格战”从来就没有停过。

对于消费者而言，“价格战”当然是好事，至少买东西便宜了很多；但

对商家而言，销量猛增的背后反过来未必是好事。近期，国内两家主要家电连锁卖场在股市上都存在不佳表现，而原因都归结为与电商有关，比如今年以来加大了线上业务的投入，导致成本增加，以及线上发展迅速影响到实体门店的销售等等。

这真是“进退维谷”：一方面要发展电商，另一方面又要面对利润可能下滑、报表可能不好看的局面。

实际上，在目前的形势下，“无商不电”似乎成为一条常理。面对越来越多人会选择通过电商渠道购买，不发展电商是不行了。而在电商渠道销售的产品当中，标准化的电子产品是很受青睐的。据电子商务研究中心统计，2011年3C及家电类网上交易规模达到1870亿元，出货金额甚至高于某些实体门店的销售。但言外之意则是，电子产品实体门店的销售同样会受冲击。

尤其一直以来，电商一直以“价格战”带动销售，“线上价格比线下实体门店便宜”的理念已经深入人

心，很多人要想省钱，首选电商进行比价。由此，“线上线下同价”被提到了议事日程，以期实现线上线下平衡，带动实体店的销售，但在定势的思维模式下，操作起来恐怕不容易。

说到底，这把由“价格战”引起的“双刃剑”，挑战的是模式重建的问题，考验的是网络虚拟卖场与实体门店之间的销售平衡关系。这个平衡做起来不容易，但不解决，就很難协调电商和实体门店的关系，最终影响到盈利和可持续发展能力。（黄启兵）

空调不制冷原因多 是否需加氟看情况

近年来，随着空调入户率的不断提高，空调加氟在国内已经形成一个规模庞大的产业，各种加氟公司和空调维修站点应运而生、比比皆是。然而，在市场繁荣的背后，由于维修人员与消费者的信息严重不对称，价格欺诈、以次充好、虚报故障等乱象严重侵害了消费者的权益。目前，有关空调加氟和收费因没有统一的标准规定，往往是各自为阵，收费标准更是天地悬殊、混乱不堪。对此，业内人士提醒广大消费者，家用空调一般不需要加氟，若需加氟也要谨防空调维修店暗藏的“氟暴利”。

据了解，目前市场上给空调加氟的队伍大致可分为非正规军和正规军两类，服务模式主要有三种：一是没有任何手续的街边维修小店或流动维修摊点，大家称之为“游击队”，此类维修点没有登记注册、没有资质；二是经过登记注册、有一定资质和固定地点的各类维修店，俗称“杂牌军”；三是厂家或卖场的特约维修店、售后服务部或由生产厂家直接管理的品牌维修店，这类维修店比较正规，维修质量好，售后有保障。

近年来，由于到底按照什么来计算空调加氟费用，国家并没有出台相关标准规定，目前在收费上基本是各自为阵，有按空调功率进行收费的，也有按照加氟的压力和重量进行收费的。而现在活跃在市场上的众多非正规维修点（俗称“山寨”维修点），常常更愿意按气压对加氟进行收费。其实，加氟人员所使用的压力表也是有玄机的，如果想故意蒙骗不懂行的用户十分简单，既可以把加氟前的压力调得很低，也能把加氟后的压力调得偏高，这其中就有差价可赚。因此，按空调功率收费对消费者来说更加透明，按压力收费则容易钻空子、玩“猫腻”。

据专业人士介绍，家用空调一般情况下用不着加氟。由于空调的氟在密闭的空间内气化液化，只要不漏或不打开螺母放氟，一般情况下空调中的氟是不会缺少的。当然，也存在漏氟的现象，但是氟泄漏的速度，往往取决于安装工的技术水平和空调管道的焊接质量等。在一般情况下，一台安装合格的空调，至少在5年内不需要加氟，除非在使用或者移机过程中发生制冷剂跑漏的现象。实际上，使用年限并不是判断是否该加氟的标准，有许多原因会导致空调制冷效果差，如机器故障、室外机太脏、过滤网堵塞、散热不佳、门窗密封不好等等。因此，空调制冷效果不好不一定是缺氟，需要认真查找原因，对症解决。即使需要加氟，如果在保修期范围内，各大知名品牌的空调都是免费进行；况且，空调制冷剂的压力是随气温而变化的，外界温度越高压力就越大，通常在4.5至6个压力时空调都能正常工作，所以每台空调加氟一般不应超过5个压力。而在现实中，往往一些空调维修人员并不愿意帮消费者查找空调出问题的真实原因，而是将加氟作为他们维修最大的一个借口，从而获取自己的最大利益。故对消费者而言，关键是要在空调出了毛病以后，选择正规的维修站点，别被非正规维修人员所忽悠。

最近，国家商务部发布了《家电维修服务业管理办法》，根据该《办法》，家电维修经营者和从业人员不得“虚列、夸大、伪造维修服务项目或内容”，不得“冒用家电生产者商标或特约维修标识”，维修人员需要“持证上岗”等。随着该《办法》8月1日起的施行，将对进一步规范家电维修服务业市场经营秩序，维护家电维修服务经营者和消费者的合法权益，促进行业健康发展，发挥积极的作用；同时，广大消费者也迫切呼吁，尽快制定有关空调加氟的具体标准规范，并加强对非正规维修网点的整顿、管理、肃清，还空调市场一片清凉。（刘国信）