

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”，却成为中国人奥运会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到奥运的感受和体验，从黑白到彩色，从平板到3D，电视让奥运越来越好看，让竞技体育的魅力无限扩大。即将到来的伦敦奥运会，势必将因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城都在大做促销，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”从来就没有消停过。

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，以期实现线上线下的平衡，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，就很难协调电商和实体店的关系，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，收费价格更是天地悬殊，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的标准规定，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，只要不漏或不开开螺母放氟，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年之内不需要加氟，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整冷效果差，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，空调整冷效果不好不一定是缺氟，需要认真查找原因，对症下药。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，空调整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)