



超级ADSL让上网速度“飞”起来

近日,有消息称国内两大宽带网络运营商中国电信和中国网通,将逐步停止现有 ADSL 建设,开始推行速度更快的“超级 AD-SL”,也就是名为 ADSL2+ 的宽带接入新技术。该技术可以实现 10 倍于现有 ADSL 速度的网络接入,为 IPTV、网络语音及视频通信提供更好的速度保障。本周,就让我们来了解一下未来将走入千家万户的新一代宽带上网技术——超级 ADSL。

无法满足互联网发展需求

十几年前,互联网还停留在 56K 拨号上网的时代,应用也很单一。互联网发源于美国,经过漫长的实验,1995 年才在商务运用方面有了突破性发展,但其真正形成如今多姿多彩应用的最大功臣应是在 2000 年后取得市场突破的宽带应用。其中,ADSL 为互联网规模化的用户市场的形成、丰富的宽带应用、不断成熟的商务模式以及各种产业合作等等做出了巨大贡献。

在市场需求方面,随着电话运营商、移动运营商以及 VoIP 和 IP 视频内容服务提供商之间的竞争趋于激烈,不断推动宽带技术市场的增长。由于 ADSL 本身的技术限制,使得它对新型视频业务的支持能力不够,不能满足更高的带宽需求,采用 MPEG 编码方式的数字电视对于网

络带宽要求非常严格,要接近 DVD 质量的画面至少需要 2Mbps 以上的带宽。例如运营 IPTV 需要 3Mbps 以上的宽带速率,所以电信和网通都必须升级现有的 ADSL 宽带网络;此外,高清视频聊天、大型网络游戏、GB 级文件下载,没有 5Mbps 以上的带宽根本就不能保证流畅、高速和清晰;而对于像高清晰电视这种更高需求的网络应用,没有 10Mbps 以上的带宽需求也很难保证传输质量和用户的“快感”。

目前的 ADSL 已很难保障这些新兴互联网的应用。这些需求和发展都将是跨越式的,所以这种替代技术就是以超级 ADSL——AD-SL2+为代表的新技术。

那么相较于现有的 ADSL,所谓的 ADSL2+又有哪些好处呢?

ADSL 理论上虽然能提供最大 8Mbps 的下载速度,但由于衰减和串音以及线路原因,一般只能提供 512Kbps-4Mbps 的接入速度。为适应很快将大规模在网络上出现的 IPTV 及其他数字电视、高清视频等宽带应用的要求,ADSL 提速势在必行。

ADSL2 +(G.992.5) 标准于 2003 年获得通过,该技术可实现更高的下载速率。并且在 2004-2005 年,其芯片和系统级都逐渐趋于成熟,测试表明其运行良好,很多国家的主要运营商都已跳过 ADSL2 直接部署 AD-SL2+。

1 速度更快

ADSL 提供的实际带宽和速

超级 ADSL 的能耐

度在如今各种宽带中已是比较快的,而 ADSL2+速度更快。ADSL2+标准在 8Mbps (最大 12Mbps)的 ADSL2 的基础上进一步扩展,其下行最大传输速率可达 24-25Mbps。这意味着下载一首 MP3 歌曲只需 2-3 秒。

ADSL2+打破了 ADSL 接入方式带宽限制的瓶颈,可以支持多达 3 个视频流的同时传输,大型网络游戏、海量文件下载等都成为可能。

2 传输距离更远

和第一代 ADSL 相比,AD-SL2+解决方案的传输距离(指电信机房到用户电脑之间的距离)可达 6 公里,完全能满足宽带智能化小区的需要,突破了以前 ADSL 技

术接入距离只有 3 公里的缺点,可覆盖更多的用户,实现更高的接入速度。

3 其他改进

ADSL2+可以实现很好的向下兼容性,运营商只需要简单变革就能实现从 ADSL 的平滑升级。对于用户而言,支持 ADSL2+的 Modem 售价只要 130 元左右。也就是说,用户可以十分方便地过渡到下一代 ADSL 网络。此外,ADSL2+的启动速度更快。ADSL2+提供了一种快速启动模式,初始化时间从 ADSL 的 10 秒减少到 3 秒。此外,ADSL2+系统采用频分复用技术,打电话、传真和上网同时进行,不会互相干扰。用户不需要拨号上网,开机即在线,使用非常方便。

麦当劳奥运精神打造 尽享寰宇风味

麦当劳自从1976年蒙特利尔奥运会上第一次成为奥运赞助商,到现在作为国际奥委会全球合作伙伴,30多年来始终与奥运紧密结合,长期致力支持奥运赛事和推广积极、均衡的生活方式,倡导团队合作并追求卓越,这些理念都与奥林匹克精神不谋而合。奥运与麦当劳的“志同道合”不仅加深了麦当劳品牌 and 消费者之间的联系,而且使得麦当劳成为消费者体验奥运、感受奥运魅力的最佳体验地之一。

2007年8月1日到9月4日,在北京2008年奥运会一周年的倒计时之际,麦当劳中国在旗下餐厅推出以“东方巨无霸”为代表的5款奥运主题产品,与消费者共同庆祝奥运会一周年倒计时。这五款产品分别为:中华风味的全新东方巨无霸、德州辣味的特辑板烧鸡腿堡、大洋洲风味的鲜蔬鲑鱼堡、非洲风味的全新香蕉奶昔、欧洲风味的意式冰摩卡咖啡等齐集五大洲风情的奥运美食。

麦当劳此期新款产品,完全是受到奥运会的启发。奥运会的运动员们皆来自世界五大洲,麦当劳的奥运主题产品就选取了最能代表世界五大洲风味的美食组合而成,奥运精神打造寰宇风味。

全新东方巨无霸除了延续麦当劳巨无霸汉堡的份量,更精选100%纯牛肉、时蔬蔬菜,配以黑胡椒酱而成,不仅中华风味浓厚,而且营养丰富均衡。更因2008年北京奥运会的核心在中国,从而使得这款具有中国风味的“东方巨无霸”成为这5款奥运主题产品的“旗舰”。

在美洲风味上,推出嫩滑多汁、板烧喷香的鸡腿堡,搭配德州辣味,火辣十足。大洋洲风味的鲜蔬鲑鱼堡,山精选深海鲑鱼,搭配爽脆蔬菜精心烹制而成。另选用美味香蕉,融入奶昔之中,调制出独具非洲风味的热情香蕉奶昔。

欧洲风味的意式冰摩卡咖啡则多了一份欧式的浪漫和清爽。咖啡的香醇与巧克力的丝滑完美融合,再加入冰激淋,缔造出完美的意式冰摩卡咖啡。

麦当劳在积极倡导均衡的生活方式。把奥林匹克运动精神带给世界千千万万家庭和儿童的同时,更期待与所有关心、支持北京2008奥运会的人们携手,为弘扬奥林匹克精神、传播奥林匹克文化,共同为世界上演一台精彩而难忘的经典盛事做出应有的贡献。



发展情况及竞争对手

在 ADSL2+的国内推广上,以中国电信为主导。2006 年初,IPTV 在地方推广暂时受挫(主要是国内对广电网、互联网、电信网的互通政策限制所致)并没有打消中国电信的热忱,它正在做全面网络升级,酝酿将 IPTV 向全国铺开。中国电信此前就已开始对国内 26 个省份的现有宽带网络进行升级。中国电信将在华南地区的 18 个省份及华北地区的 8 个省份部署 ADSL2+解决方案,其中包括广东、上海、四川、浙江、福州、黑龙江及内蒙古等主要省份。

虽然 ADSL2+比 ADSL 具备更多优点,但并不是运营商的唯一选择。目前,ADSL2+还有 VDSL2 和 FTTH(光纤到户)两大强有力的竞争对手。与 VDSL 不同的是,VDSL2 可以

提供高达 100Mbps 的带宽,速度可达到普通 ADSL 的十几倍,ADSL2+的 3 倍以上,所以很有希望成为下一轮宽带接入的主流选择。

FTTH 是光纤接入方式的一种,它可将光网络单元安装在家庭用户或企业用户处。其显著技术特点是不但提供更大的带宽(可达数百兆及更高的带宽;20 公里的超长传输距离将明显强于目前的主流宽带应用),而且增强了网络对数据格式、速率、波长和协议的透明性,放宽了对环境条件和供电等要求,简化了维护和安装。但由于 FTTH 较高的成本,其未来的应用场合仍将更多地出现在企业及网吧,难以对 ADSL2+的家庭主流用户群产生大的影响,当然,一些高端家庭用户也可能是其潜在的消费群。

新讯速递

TCL 百分百欢乐家庭秀活动 成功落幕

国家电业正在改变销售思路,从以企业为主导向以用户体验为主的营销理念迈进。近日,国内彩电行业规模最大的体验式营销活动——“TCL 百分百欢乐家庭秀”在云南丽江圆满落幕。活动四大奖项最终隆重揭晓,获奖家庭赢得 TCL 液晶电视旗舰产品。TCL 的这次活动将彩电销售引入体验式营销的新模式,是液晶彩电领域的重大创新之举。作为 TCL Full HD 全高清战略的重要延展和有机组成部分,此次活动旨在普通家庭中普及高清彩电,推动国内彩电产业的全面升级。

本次活动从电话沟通、上门装机、调查问卷到鼓励家庭分享博客,TCL 所提供的已远远超越了产品本身,真正做到与消费者零距离接触和交流。参与活动的消费者将这种方式称为“与时俱进”,他们说,电视从商场货架转为摆放在家里慢慢体验,没有底气的产品,怎经得起这样的品味!

业界专家指出,此次体验式营销活动对

于家电业界具有特殊意义,建立了营销实践的新标杆。融合了产品体验和博客传播的体验式营销活动,不仅为用户创造了产品价值和情感价值,同时也为企业自身带来了物质和精神层面的价值。

LG 推出“闪耀”手机钛金黑版

自 LG KG70“闪耀”手机发布上市以来,深受白领和年轻人的追捧。时隔半年,LG 继续把握时尚脉搏,推出了 Titanium Black 钛金黑版 KG70。钛金黑 KG70 继承了银色 KG70 出众的性能,外壳全部采用钛黑不锈钢材质,独特的金属钛黑色彩处理,彰显其独有的“金属黑”时尚。镜面采用 2.2 英寸超大 LCD 设计,使整个机身更加精致。此外,13.7 毫米纤薄机身,可上下推动和内压的三向滚轴滑盖设计,德国镜头名厂施奈德认证的 200 万像素自动对焦镜头。另外,该机支持 MP3、ACC 等音频播放格式和 3GP 和 MPEG4 的视频播放格式。在存储方面,钛金黑 KG70 支持最大 2GB 的 micro-SD 存储卡。钛金黑版 Shine KG70 的发布,进一步丰富了 LG 手机的高端产品线,同时也给了喜爱“闪耀”的用户更多的选择空间。