

# 不大不小刚刚好 4英寸屏幕智能新机选购

## 精明消费

2011年是智能手机快速发展的一年,也可以算得上是智能手机普及的元年。在诸侯混战中,出现两种截然不同的发展方向:注重性价比的3.5英寸和追求大尺寸的4.3英寸以上的机型。

3.5英寸屏幕的智能手机是2011年的热点,其拥有比之前主流的3.0英寸之内的手机更宽广的屏幕,更舒适的手感。最重要的是,在运营商的主导下,3.5英寸规格成为了性价比最高的智能手机。而4.3英寸以上屏幕的手机,则是走了高配置、大屏幕的路线,满足有办公和娱乐需求的用户,但携带起来略微不便,尤其是在即将到来的夏日。

去年年底中国联通宣布了“4.0英寸新定义千元智能机”,将2012年重点机型放在4.0英寸的机型上,究其原因,这个尺寸的机型在便携性、配置、性价比上都具有一定的优势。在各大运营商及厂商的努力下,一批4.0英寸新机如雨后春笋般出现。

## 中兴 V889D

中兴 V889D 是一款针对广泛社交人群的双卡双待手机,纯黑色表面配合银色金属感处理的边框,给人时尚、沉稳的感觉。无实体键的



设计,不仅使整体性更好,也解决了手机的防尘问题。中兴的 V889D 的4英寸屏幕分辨率达到800×480像素的 WVGA 标准,支持多点触控。此外,中兴 V889D 采用全新高通 MSM7227A 处理器,45 纳米技术, Cortex A5 架构,与同频率处理器相比,以80%的功耗,提供120%的处理速度,整机更快、更节能。该机型采用了4GB ROM,满足用户的软件安装需求,512MB 的 RAM 也为高效处理提供了足够的运行空间。中兴 V889D 采用了320万像素自动对焦摄像头,最大光圈为 F2.4,拥有更好的弱光拍摄能力。

【小编点评】中兴 V889D 极有可能复制中兴 V880 的成功,再创奇迹。

## 联想 A750

联想 A750 是联想与 MTK 合作的新品,采用 MTK 第三代平台,主频达到1GHz的 A9 构架 MT6575 处理器配上 MTK 优化过 SGX531 的 GPU,性能大为加强,同时支持1080P 视频解码。内存采用了512MB 双通道 RAM,配合了512MB ROM+4GB 机内存储,大大满足了用户的使用需求。4.0英寸的屏幕,分辨率为800×480,支持4点触控。操作系统采用的依然是基于 Android 平台的联想乐 OS, Android 系统版本是2.3.6。

【小编点评】联想与 MTK 的合作越来越深入,乐 Phone 系列已



▲ 中兴 U880E  
▲ 酷派 7260

经初具规模。

## 中兴 U880E

乍看中兴 U880E 和中兴 V889D 外观几乎一样,唯一不同就是机身厚度。由于仅支持单卡单待,中兴 U880E 在厚度上要约薄1mm左右,手部持握感觉也更好。“抛开浮华,去除装饰,直达重心”是中兴 U880E 在外观设计上传递给消费者的信息。应用了日本最新金属颗粒电镀工艺和“SKINTOUCH”喷涂工艺的前壳和机背,体现出了中兴 U880E 在用户体验上的追求。中兴 U880E 采用了1GHz 主频的处理器,拥有更高效的处理能力。4G eMMC ROM+512MB RAM 的组合,保证了大型软件存储和运行所需的内存空间,更可以扩展32GB 的 TF 卡作为外部存储。中兴 U880E 配备前置30万像素和后置500万像素的摄像头,可以实现

3G 可视通话。超强的1650mAh 超大容量电池,为用户提供更长的续航时间。

【小编点评】一直以来,TD 制式就缺少一款这样的扛起中端大旗的智能手机。

## 酷派春雷7260

酷派在近两年内佳作频出,春雷 7260 的推出令酷派的品牌形象提升又迈进了一步。春雷 7260 弧形的背部给人不错的持握感受,金属网听筒以及屏幕造型都给人高档的感觉。春雷 7260 采用了高通800MHz 处理器,配备了双512MB 内存,令多任务处理游刃有余。操作系统为 Android 2.3,搭配酷派多年精心研发的人性化应用,如通讯录三笔定位查找、快捷短信、COOL-MART 下载、酷派私密安全、精美个性化的 UI 设计等。

与中兴 V889D 一样,春雷 7260 也采用了双卡双待的设计,支持 WCDMA+GSM 制式,令一些转网用户在保留其原有号码的同时,依旧可以享受3G 高速网络。

【小编点评】尽管在配置上略低于中兴 V889D,但依然是双网用户体验高速3G 网络的利器。昭琴

上海交电电商业行业协会  
便民项目“家电维修一线通”  
报修范围:彩电、冰箱、洗衣机、  
空调、电脑、厨卫电器、小家电等  
**报修热线**  
**5228 5151**  
本版与上海交电电商业行  
业协会特别合作

当地时间3月16日晚上9点(北京时间3月17日上午9点),继国家形象片之后,又一个来自中国的形象片在被称为“世界十字路口”的美国纽约时代广场(又称“纽约时报广场”)大屏幕亮相,吸引了数十万各国游客的驻足观看。与上次不同的是,此次形象片的主角是一家中国企业——珠海格力电器股份有限公司。

据悉,首次播出的格力形象片以介绍格力的企业理念和空调产品为主,传递了“中国的格力,世界的格力”的决心和信心,时长30秒,播出频率最高时为每天160次,最低时为每天40次,初定连续播出5年。格力电器由此成为在纽约时代广场投放力度最大、播出时间最长的中国企业。

从2011年在美国成立分公司到如今形象片的上映,作为全球空调行业的领军者和“中国制造”引领者,格力电器的国际化战略再次迈出历史性一步,这极大地显示了中国企业搏击国际市场的强大决心及远景规划。

## 20年技术创新 格力领衔中国市场

成立于1991年的格力电器,历经20余年的不断发展壮大,已经成为空调市场当之无愧的领军者。从1995年至今,格力空调产销量连续17年位居中国空调行业第一;从2005年至今,连续7年位居世界第一。

刚刚发布的格力电器2011年业绩报告显示,2011年,格力电器实现营业收入835.95亿元,同比增长37.48%;净利润52.45亿元,同比增长22.67%,行业龙头地位进一步巩固。

对比格力电器最近十年的业绩报告可以发现,企业营业收入的年均增长幅度在30%左右。

产业观察家刘步尘指出,格力

电器之所以能持续增长,源于格力电器一直以来对技术和品质不懈追求。

作为中国家电行业年科研投入最高的企业,格力电器目前已经拥有技术专利超过5000项,其中发明专利710多项,自主研发的高效直流变频离心式冷水机组、1赫兹变频技术、R290(丙烷)环保空调等一系列国际领先技术,填补了众多行业空白。其中,1赫兹变频技术荣获2011年度国家科技进步奖,成为该奖项设立以来唯一获奖的专业化空调企业,一举将中国自主研发的变频技术超越了国际同行水平,实现了空调1赫兹低频运行;高效直流变频离心机组获得了周远院士、江亿院士、陶文铨院士、王浚院士、饶芳权院士在内的鉴定专家组的高度

认可,它比普通离心机组节能40%以上,机组效率提升65%以上,年节约电费高达百万元,是迄今为止最节能的大型中央空调。

凭借不断的创新与突破,格力电器近年来在家用和商用空调领域全面发力。来自暖通空调资讯2011中央空调行业发展分析报告显示,格力中央空调在2011年度的市场占有率达到11.4%,继续位居国产中央空调第一品牌。

## 输出“中国制造” 格力发力国际市场

如同美国苹果公司一样,创新源泉在美国,产品制造遍布世界,如今人们更愿意将它定义为“世界的苹果”。

格力电器也早早认识到了这一

点。早在十年前,当别的企业还热衷于向世界简单输出传统的“中国制造”产品时,格力电器已经致力于将“中国制造”的价值输出向国际市场。

2001年,格力电器第一个海外生产基地在巴西竣工投产,全部生产自主研发的格力空调,主要销往巴西及南美市场。随后,格力巴基斯坦、越南生产基地相继竣工投产。与其他企业海外投资不同的是,格力海外生产基地主要以输出技术和管理为主。

2011年6月,格力电器美国分公司在美国加利福尼亚州工业市正式成立。

在成立仪式上,格力电器总裁董明珠表示,在节能环保的时代,格力电器希望在环境保护方面发挥积极作用。她同时强调:“我们的产品



## 格力形象片亮相纽约时代广场

# 格力国际化加速 逆势发力国际市场

不仅要大量出口,而且要被国外当作高档产品。”

对于品质的坚持,也成就了格力电器在海外市场的成功。2011年上半年,格力海外销售额达92.9亿元,占全部销售额的24.39%,同比增长达61.78%。不仅如此,格力中央空调还得到了众多高规格国际赛事的青睐,连续中标2010年南非“世界杯”主场馆、2014年俄罗斯索契冬奥会配套工程等。

如今,格力在全球已经拥有2亿用户,其自主品牌空调产品已远销全球100多个国家和地区。在渠道建设方面,它已在海外开设了多家销售公司以及500多家专卖店。

站在空调产业的制高点,格力电器有了进一步开拓国际市场的决心和目标。如果说成立美国分公司是格力电器进军美国市场的冲锋号,如今在“世界十字路口”上演“格力形象大片”则是向世界宣告,在全球经济风云跌宕的今天,中国的格力正准备逆势而为,在国际舞台上争夺更大的话语权,提振中国企业搏击国际市场的信心。可以确信的是,如此重磅的形象广告投放,对于建立格力强大的品牌形象将产生巨大推力,意味着格力国际化战略全面提速。

“两会”期间,董明珠在接受媒体采访时明确表示,2012年冲击千亿元的销售目标不会改变,在欧美市场,格力今年将有新的动作。

纽约时代广场是美国纽约市曼哈顿的一块街区,被称为“世界的十字路口”,是全球最繁华的商业和购物中心,也是备受国际企业青睐的形象展示地。

天天