

智能配角也抢镜

选对耳机让音乐更真实

随身数码产品不断地推陈出新,原本作为“配角”的耳机开始被很多人视为生活中不可缺少的小物件,包括多款最近上市的智能手机也将耳机视为重要的组成部分。正是因为耳机用途的广泛性和其所提供的私密听音环境,使得我们可以随时享受一场可移动的私人音乐会。

但是随着使用的增多,许多人却并不清楚该怎样挑选。耳机是一类选择主观性非常强的产品,那么该如何去选择一款既合适自己,又有质量保证的对味耳机呢?

耳机类型大不同

纵观现今流行的耳机,按其佩戴方式基本可分为耳塞、头戴和后挂,而耳塞又分为入耳式及非入耳式。

■ 入耳式耳塞,当今主流。如果说谁是耳塞中的热门产品的話,那肯定就是入耳式耳塞了。从几十元的入门级产品,到千元以上的 HiFi 耳塞和舞台监听耳塞,入耳式耳塞所涵盖的产品线非常长。入耳式耳塞的特点是将单元发出的声音通过一个导管传至耳膜,整个过程是完全封闭的,减少了声音在传输过程中的损失,并且通过特殊造型的导管胶套还能填充耳洞起到隔音效果,让用户得到尽量多的声音细节。

■ 非入耳式耳塞,最为常见。尽管如今



入耳式耳塞更为热门,但很多朋友接触耳塞都是从非入耳式耳塞开始的。非入耳式耳塞将发声单元直接对应耳洞,也可以理解为人耳直接贴在音箱的扬声器上,只不过耳塞的扬声器很小。这种结构的好处在于声音比较自然,对于耳洞较小的用户来说佩戴更舒适,但隔音效果相比入耳式相差不少。如果想在人群嘈杂处安静地聆听,非入耳式并不是最好的选择。

■ 头戴式耳机,佩戴舒适音质佳。头戴式耳机可以算是现代耳机的鼻祖了,世界上第一只动圈耳机,就采用了头戴式架构。头戴式耳机又可以分为折叠式、全罩式、封闭式、开放式等很多类型,在这里我们就不向大家展开叙述。相比于耳塞,头戴式耳机采用了非入耳式设计,佩戴更为舒适,同时头戴式耳机可容纳更大的单元。通常情况下,同价位的头戴式耳机要比入耳

式耳塞声音表现更好。当然,头戴式耳机的缺点就是便携性较差,即使是折叠式耳机,折叠之后还是要比耳塞大不少,出门携带还是有一定局限性的。

■ 后挂式耳机,优点和缺点都比较明显。后挂式耳机是应用户的使用需求而出现的產品,相比于头戴式耳机,后挂式耳机将头梁后置,使其佩戴时不会对发型带来影响。同时运动时佩戴更为牢靠,这也就是为什么运动耳机更倾向于选择后挂式设计的原因了。然而,后挂式耳机往往不能和耳朵很好地贴合,漏音也一直是各个厂商在积极解决的问题。同时后挂式设计更张扬个性,因此不一定符合大众眼光,这也是后挂式耳机没有前几类耳机普及的原因之一。

选择耳机有讲究

“选择耳机要相信自己的耳朵!”没错,我们听耳机,耳朵首先会去听声音是否清晰,声音细节是不是比较丰富。有时候我们听一款耳塞,会感到声音有些发闷、发紧,那就是中高频解析力不足、高频表现欠佳造成的。另一方面,低频也显得非常重要。很多人购买耳机就是冲着低频来的,但轰头的低频绝不是好的低频。耳机的低频除了需要足够的量感之外,还需要考虑低频下潜的弹性,让低频听起来很有力量感。

同时,评判一款耳机,声场表现必不可少。业内人士表示,听耳机的声场优劣,可以用大编制交响乐试一试,开阔的声音说明声场表现还不错,但横向声场好还是纵向声场好需要大家慢慢体会。最后则是通过人声来听中高频,位置的远近对于人声的听感都有很大的影响。

值得注意的是,如果你听某一款耳机非常舒服的时候,就可以果断入手了。因为听感一般只能短时间记忆,如果受到他人的影响再去试听别的产品,很容易没了方向。所以在选购耳机时,信自己听时的实际感受才是硬道理。

王燕

★ 五一选健康 ★

海信全净化变频空调

领跑假期消费

收入越来越高,健康越来越少?

今日,健康已成为了人们消费的重要参考指标。海信全净化变频新品空调借五一到来之际,在全国范围内开展“健康变频16年,普及健康变频空调风暴”的活动,目前也受到消费者的热烈欢迎,成为空调消费的首选。

据商场导购介绍,4月22日-5月2日期间,海信空调将在全国范围内开展大型促销活动,而参与活动的主力产品就是去年一上市即引起业内高度关注的“全净化”变频空调。业内人士称,海信“全净化”变频空调集高效净化与快速制热两大独特优势于一身,而这恰恰是时下空调消费者关注的两大焦点。

进入夏天之后,人们普遍感觉空气质量有所下降,而一些刚刚搬迁新居的消费者更是面临苯、甲醛等有害物质污染,不知不觉中健康受到严重威胁。特别是家中有老人或小孩的市民,纷纷表示需要健康环保的家电来“保驾护航”。“五一之前就要搬进新家,为了改善室内空气质量,就选购了一台海信全净化空调,希望能为消除装修污染帮点忙。”随着健康意识的增强,有这样想法的不在少数,买一台健康空调不仅能够让家快速凉爽起来,同时拥有绿色健康的享受,一举两得。

据了解,海信全净化空调由海信集团与中国疾病预防控制中心环境所联合

研制,采用了独创的“FPA全净化系统”技术,通过天然晶碳及绿色儿茶素的双重作用,经过强力吸附、固化结晶和催化分解,能高效去除空气中的苯、甲醛、病菌和异味,对苯和甲醛的去除率均在98%以上。该技术通过了中国疾病预防控制中心权威认证。

作为海信全净化系列主推的“荷塘月色19系列”空调广受消费者喜欢,一方面是基于行业领先的全净化技术,另一方面则是其满足了现代消费者对于时尚精致外观的追求。海信荷塘月色空调具有全球独创的3D立体炫花设计,让印于面板上的荷花从各个角度看都栩栩如生,而温润柔和的浅黄色LED显示灯则更营造出沉静典雅的梦幻感受。

消除室内空气污染,营造舒适家居环境,五一长假选购家电正当时,而海信全净化健康变频空调已然成为消费者的“健康首选”。



助威男篮 相约伦敦

——TCL五一钜“惠”赢大奖游英伦

2012伦敦奥运会日益临近,作为中国男篮主赞助商, TCL为回馈消费者多年的支持与厚爱, 4月27日-5月6日期间, TCL“助威男篮 相约伦敦”大型促销活动将在全国范围盛大启动。活动期间, 购买TCL指定产品, 不仅有豪华礼包相送, 更有机会通过参加网络活动赢取TCL中国男篮伦敦助威团云之队名额, 亲赴英伦为中国男篮加油。

活动期间, 购买TCL云悦E5390-3D系列智能云电视, 将获赠价值3795元五重豪礼(包括无线数字声霸+点读大礼包+云悦大礼包+欢网礼包+超影礼包); 购买TCL指定型号智能云手机将有机会赢取4999元旅游基金及TCL手机大奖; 购买TCL指定型号空

新一轮图片社交应用热将开启

日前,Facebook 以 10 亿美元的价格收购 Instagram, 引发中国移动互联网业界悸动。

据了解, 图片分享是社交网络的核心功能所在。因为图片制作简单, 不像文字一样需要频繁输入, 而其表现力又强于文字, 能在第一时间给读者以视觉上的冲击力。Instagram 的核心功能在于它提供了简便易用的滤镜, 用户可以为自已加上各类独树一帜的标签。另一方面, 渲染过的图片有分享的需求, 图片的评论与喜爱(以“红心”标志出来)反过来成为用户发图的原动力。Instagram 的成功在于两个层面, 一是便捷、高质量的前期拍照处理, 二是多样化后期分享。这实际上是社交网络的核心功能的集中体现, 每一个 SNS 社区的用户, 本质上都是为了分享自己的信息并获得他人反馈。

多位业内人士预测, 鉴于此, 国内将掀起一股图片社交领域的投融资小高潮, 但 Instagram 的成功在中国无法复制。“我们之前就在筹备推出独立的图片社交分享应用, 预计很快就将正式推出, Instagram 被高价收购将引发国内图片社交应用的爆发。”美图秀秀 CEO 吴欣鸿表示, 虽然美图秀秀已经拥有 3000 万用户, 与 Instagram 不相上下, 但是价值却难以匹敌。目前, 美图秀秀更多的是以一种工具的姿态存在, 很难成为一个独立的社区, 因此将在未来推出新客户端融入更多社交功能。

国内图片社交应用即将爆发的观点, 同样得到了捷步士总经理 Jeff Lin 的认同。Jeff Lin 表示, 去年图片社交的概念已经在国内热了一阵, 例如百度就以千万美元的价格收购了创新工场旗下的魔图精灵。此次, Instagram 被高价收购可能带来的结果是, 很多 VC 马上就要计划投一批类似产品。“不过现在再进来恐怕已经有些晚了, 目前国内很多大公司已经有了很好的布局。”Jeff Lin 认为, 如果没有好的创意和尖端的技术恐怕很难在国内突围而出。

而 Facebook 收购照片分享应用开发商 Instagram 的消息, 则给中国实名制社交网站——人人网带来了好消息。据了解, 人人网正在逐步从社会化交友向社交化内容转变。从人人小站到人人逛街等产品, 无一不是以图片为主要表达方式, 深入挖掘兴趣图谱的尝试。近日, 人人网还宣布, 将与日本美食照片应用提供商 SnapDish 达成合作关系。根据协议, 中国用户将可使用 SnapDish 应用直接在人人网站上共享美食照片。人人公司董事长兼 CEO 陈一舟曾表示, 相册产品是人人网对外竞争的最有利武器, 是人人网的斯巴达战士。根据人人网给出的数据, 相册的独立访客可以占到人人网用户的将近 40%, 日均上传照片的数量可以达到 800 多万张, 人均每天上传 0.4 张图片。

由此, 社交网络似乎进入了一个读图时代。这是一种用户习惯简化, 符合了信息时代高速和高效的特征, 也是社交网站最有力和最核心的价值体现。

明强