

大家来吐槽

本期关注:任e行D300行车记录仪

安全无小事 “小病”别忽视

□ 实习生 刘伟博

随着我国汽车保有量的持续快速增长,行车记录仪已经成为了车主出行必备。在众多的行车记录仪产品中,任e行D300行车记录仪凭借着1080P高清拍摄、170°超大广角和循环录像功能等特点获得了电商平台的过万好评。

虽然好评不少,但从部分用户的评价中,我们发现,该款行车记录仪存在一些“小毛病”,给用户使用造成了不便。本期的“大家来吐槽”,我们就来关注下,任e行D300这款产品。

夜晚拍摄不佳

京东用户“1**2”:**使用了一个星期,白天还可以,画面比较清晰,晚上的效果就没有宣传的那样好了,比较糟糕。

京东用户“a**u”:**光线好的白天,拍摄的画面比较清晰,阴天或晚上就不行了。本车道都不清楚,侧车道就更别提了。

天猫用户“一**4”:**白天拍摄效果非

常清晰,晚上就差点。灯光照到的地方勉强能拍到,但不清晰。

客服人员在京东平台上对此回应称,目前记录仪产品夜视效果和周围的光亮程度有很大关系。晚上必须在有路灯或者开车大灯的情况下才能正常拍摄。如果是在非常黑的场景中,行车记录仪是没办法正常拍摄的。

吸盘不牢固

天猫用户“h**1”:**吸盘头一天晚上装上,第二天早上就掉了。可能是天气热,吸不住。

天猫用户“y**球”:**吸盘不能吸在膜上,一会儿就掉了下来,最后只能用卡扣贴在车上。

京东用户“v**v”:**不知道是因为天气热,还是什么原因,那个贴的卡扣卡不住,记录仪掉下来好几次了。

客服人员在天猫平台上对此回应称,吸盘支架安装前先把玻璃上的灰尘擦干净,然后在吸盘底部沾一点点水,定好位置后按下按钮即可在挡风玻璃上

固定。

长时间监控电池不给力

京东用户“n**5”:**产品实际使用和介绍的不符,电池容量非常小,24小时停车监控不可能实现。总之,有被骗的感觉。

京东用户“j**k”:**和介绍的完全不一样,说明上说停车24小时监控,可实际上不是。

天猫用户“1**9”:**24小时持续录像怎么才能用,边充电边录像,电都不够用,更不用说靠电池了。

客服人员对此表示,行车记录仪内置锂电池在充满电的情况下,可以使用10分钟左右,主要靠车内供电使用。商品介绍页面有注明:24小时停车监控需使用专用降压线连接汽车电瓶供电。

(注:本文引用所有“吐槽”均来自京东、天猫电商平台的公开评价,由于部分网络用户选择匿名评价,因此用户名存在“*”号。

产品观察

任e行行车记录仪依靠较高的性价比,网络销售一直较好。但“吐槽”夜间拍摄效果不佳、吸盘不牢和电池不给力等问题的用户也不在少数。

笔者了解到,任e行的产品基本上采用的是公模公版,在产品研发方面缺乏更多投入。这样虽然可以有效地降低成本,但也给产品质量和用户体验带来了负面影响。

虽然价格战是现代商业竞争的一种有效手段,但随着人们越来越注重产品品质,“价格为王”早已不再是竞争取胜的唯一途径。

期待任e行能在今后逐步加强研发及测试力量,从“小毛病”入手,进一步提升用户体验,这样才能走得更远更稳。

英手机零售商被黑 240万个人信息或被泄露

据新华社电 英国一家主要手机零售商承认近期遭黑客袭击并可能已导致约240万用户的个人信息被泄露。英国信息监管局近日说,该机构正着手调查这一事件,并建议可能受影响的用户采取预防措施。

Carphone Warehouse是英国知名的手机零售商,这家公司日前在一份声明中说,他们近期发现公司的IT系统遭遇“精心策划”的黑客袭击,大约240万用户的姓名、住址、出生日期等个人信息以及9万名用户的信用卡资料可能被泄露。由于这家零售商还运营着多家网站,这些网站也在本次黑客袭击中受到一定影响。

该信息监管局称,这家零售商已将事件通告了他们,该机构将展开相关调查。这些泄露的个人信息很可能会被用于欺诈活动中,比如用来盗刷银行卡等,因此建议用户尽快采取措施加强敏感信息的保护。

Carphone Warehouse表示,已通过电子邮件等方式联系受影响的用户,告知他们相关情况以及提供安全建议。

超七成受访者表示 高速WiFi“极其重要”

本报讯 (艾莎)近日,跨国高科技企业ARRIS发布的2015年ARRIS消费者娱乐指数(CEI)。

据悉,此次调查涉及了中国、美国、巴西等19个市场上19000位消费者,研究的侧重点是多种设备上的媒体内容消费。

按照统计报告,高品质Wi-Fi已成为家庭必需品:72%的消费者认为家中每个房间具备高速互联网连接是极其重要的或非常重要的;超过一半(54%)的消费者认为,在当前网络热点范围以外的地方具备高速Wi-Fi是极其重要的。这些数据提示Wi-Fi设备及服务提供商应全力提供可靠、高速网络。

在移动电视方面,此项调查显示,超过一半(59%)的消费者现在都在途中观看电视,虽然移动电视在年轻人中拥有极高的普及程度,但未来增长却要依靠年轻的一代——调查显示年龄在65岁以上的消费者中,观看移动电视的人数已从去年的19%提高到30%。也就是说,如果运营商能帮助消费者克服不便和成本障碍,移动电视的硬件和服务将有很好的发展机会。



针对此前不时有父母将孩子忘在车内的事件发生,某厂商最新研发了“勿忘我”车内儿童蓝牙报警器。此款产品总大小不超过一个成年人的手掌,共分发射、接收装置两部分,其中,发射部分可夹在儿童安全座椅的安全带上,而接收部分则连接汽车系统。当发动机点火后,报警器提醒驾驶人给孩子扣好胸夹,当熄火时立即发出报警信号,提醒驾驶人不要把孩子遗忘在车里。

本报记者 王嘉 摄

不想太聪明行不行

一言堂

□ 林鸣

日新月异科技发展,常常是“不讲究”的。眼下各大商家都看好智能化这块“宝”,似乎产品一沾上“智能化”,就立即高端起来,价格也水涨船高。如今,能够播放音乐的智能帽、超薄舒适的智能调温衣、可以暖脚的智能鞋垫等产品陆续问世,让冷冰冰的科技硬件有了温度。年轻消费者兴奋地高喊:“让我穿得更聪明!”可在万众欢呼中,还有一个微弱的声音说:“我不想活得那么‘聪明’行不行?”侧耳倾听,发出这种呼吁的多为中老年消费者。

今夏笔者出国旅游,入住土耳其的酒店。客房里的平板电脑,只需一开一关即可,仿佛回到了从前。相比较在国内住酒店,开电视就像锁匠开锁,遥控器按了个遍,电视还没打开,无奈只能惊动服务员——因为怕麻烦别人,笔者住酒店时经常不看电视。现在各大卖场里全是大屏幕智能电视。智能遥控、多

屏互动等功能几乎成为标配,而这些电视机的界面设置繁多,基本都是电脑的操作方式,对于没有电脑操作经验的老年人来说很不方便。还有,新出的智能微波炉多采用触摸式屏幕按键,半个巴掌大的屏幕上,居然有十几个按键。想要一键到位,对手指的灵活度真是考验。再比如,一些智能洗衣机通常设有羊毛、丝绸、内衣等多种洗涤模式,眼神不好的人常常误按,导致洗衣程序错乱无法使用。不少老人家要么等儿女下班后教自己,要么守着一堆遥控器和说明书发愁。最“可怜”的是,有的厂商不知出于何种心理,将说明书编得如同“天书”一般,内容繁缛,厚厚一本。南京的郭老先生退休前是教师,谈及“读后感”时说道:不看还能摸索着用,一看全都糊涂了。

其实这部分“银发”消费人群也明白:家电更新换代很常见。但由于存在消费隔阂,他们更怀念那种中规中矩的电视机,老老实实的洗衣机。对突然“蹦”出来的智能家电感到很不适应,甚至让他们产生某种自卑感。据了解,目前市面上还没有

专门为老人设计的智能家电,要是想购买一款称心如意的电视,老年顾客只能去电器市场选一些低端的、功能少的产品。有调查显示,电视是老人的“忠实老伴”——41%的老年人拥有两台以上电视,近半数老年人每天看电视4-6个小时。老人家对现有电视产品的不满,主要集中在遥控器的使用上。只要产品设计功能明了简便,遥控器按键加大,界面人性化,甚至可以画面带有智能放大功能或有智能解说功能,如同傻瓜相机操作一般,相信老年人普遍都会欢迎的,这样“智能”二字才能真正走进“银发”世界。

当今社会发展变化快,产品更新速度快,思想观念转变快。但无论什么时代,总会有一部分人跟不上,或者暂时不愿意“进步”。所以,努力创造相应条件,允许这部分人继续拥有恬静、舒服甚至“落后”的生活方式,这在很大程度上考验着我们社会的宽容度。笔者听说,不仅是中老年人,一些年轻朋友也拥有“怀旧”情绪。因此,尊重和帮助这部分人群,才是一个宽容和谐、人人高兴的消费世界。

新品速递

海信好变频6S标准 兼顾速度和能效

本报讯 (万维)8月17日,海信在青岛召开了以“心的势能”为主题的“海信集团2015年战略客户联谊会暨新品发布会”。期间,面向来自全国近300多位家电行业核心经销商,海信空调现场重点发布了好变频的“6S标准”及旗舰版十字对开门冰箱。

海信旗舰版十字对开门冰箱——倍多分+,结合了十字对开门和智能化两大冰箱行业的发展趋势,用更好的用户体验和更智能的管理系统,满足中国用户的消费需求。

据介绍,秉承十字对开门设计带来的大容量和精细化存储的天然优势,“倍多分+”冰箱为用户提供620L超大空间和109L超大变温室,满足更多类食材存放需求,配合26格精致分区,使食物存储更加精细,而在外观设计上,采用咖啡色流行外观,搭配隐形把手,给人简约、温暖的美感。

当天,海信空调首次推出了好变频的“6S标准”,成为发布会中最大亮点之一。海信空调从专业技术角度确定了极速变频(Speedy)、静音变频(Silence)、省电变频(Saving)、宽带变频(Spacious)、安心变频(Secure)、智能变频(Smart)的“6S标准”,并将该标准应用到了苹果云·炫、苹果云·润等5大精品系列。

“推出好变频‘6S标准’,关键依靠的还是变频核心技术的突破和创新,研发人员攻克了重重技术难题,从变频控制器芯片、PFC极速升压、回油控制等方面对变频空调进行了深层的技术升级,其中变频控制器的双芯片合一,极大提升了空调的制冷效率,普通空调大约需要7分钟达到相对较舒适的制冷,极速变频最快一分钟完成。而且,实现了速度和能效的完美结合,与普通变频空调相比,耗电量有效减少30%,一晚低于一度电不是神话。”海信空调首席技术专家王志刚说。

亚铝集团推出高端门窗 主打高水准和高性价比

本报讯 (记者郑建玲)为了满足消费者对舒适生活的追求,亚铝集团日前向市场推出了潘宁系列高端门窗产品——AAG亚铝门窗系统。该系列产品由亚铝集团采用国内最好隔热密封技术及首次从美国引进的先进技术研制而成,具有耐腐蚀、隔音保温效果好等优势,将引领国内门窗行业的革命。

据悉,AAG亚铝门窗系统采用北美高层浇注式隔热提拉窗技术,确保了门窗的安全性,其专用的密封五金配件、不锈钢暖边隔条以及美国亚松隔热胶等技术,又很好地解决了保温隔音问题。

亚铝集团市场部负责人指出:“相比欧美同品质提拉窗动辄五六千元每平方米的单价,亚铝AAG门窗系统高端提拉窗具有明显的性价比优势,是追求高品质生活业主不可多得的首选。”目前,亚铝集团生产的潘宁提拉窗,以高水准和高性价比受到了消费者的关注和喜爱。

韩国JustO牙膏 崇尚天然理念

本报讯 (宗文)继JustO奶瓶清洗剂系列成功上市之后,JustO婴幼儿牙膏系列也于今年8月上市。此次JustO推出的牙膏系列是专门为婴童设计的口腔护理产品,JustO牙膏系列将与JustO其他婴幼儿洗洁产品一起,为中国宝宝提供整套护理解决方案。据了解,此次上市的牙膏系列包括JustO婴幼儿牙膏(适合0-6岁)以及JustO儿童牙膏(适合7岁以上),均为韩国原装进口,拥有苹果香和草莓香两个香型。在产品配方上继续延续JustO的天然品牌理念,针对婴幼儿这一特殊群体,为中国宝宝量身定做高端口腔护理产品。

为了给宝宝提供天然优质的产品,JustO牙膏在产品原料和生产环节颇下功夫。JustO牙膏均采用天然绿色成分,富含金盏花提取物、木糖醇提取物、维生素E、苹果薄荷调味剂、甘油等有益成分,每一款产品均经过严格杀菌消毒。此外,膏体采用低泡成分,宝宝吐沫轻松,极易清洗。淡淡的果味也是JustO牙膏的一大亮点,苹果、草莓两种果味能激发宝宝兴趣。

国内首款跟随陪伴 机器人Roby-Mini面市

本报讯 (李想)近日,服务机器人首家平台企业人智信息科技有限公司(以下简称人智科技)在上海举行了新品及媒体会,正式对外发布其自主研发的跟随陪伴机器人Roby-Mini。

此次发布会推出的Roby-Mini是国内首款跟随陪伴家用服务机器人,被称之为“居家精灵”,将具有跟随、连续语音交互、四维动作、UI表情变化等特点,从而彻底改变平面式交互,打造颠覆性体验效果。

据介绍,mini采用2~3米远场语音模块方案,内置语音语义识别软件,可以连续语音交互并具学习功能,从而提供自然交流方式;水晶动画特效设计师设计超前UI,多套系生动表情可选,包括咪咪猫、笨笨猪头、大眼睛等;通过人脸识别技术,mini可以感知周围人物变化,进行打招呼、跳舞互动和拍照。

同时,基于Android系统的Mini+平台可以进行软硬件拓展,取代传统智能家庭网关,作为全新移动可交互智慧家庭中控系统为各类智能宜家软件及其他硬件设备提供入口和平台,带来新一代智慧家庭生活,如兼容主流智能家居系统,为手环、远程医疗摄像头等各种智能设备提供接口。

除Roby-Mini外,人智科技还全面推出了Roby系列服务机器人产品,包括Roby-Com, Roby-Eva, Roby-Nana, Roby-Titan4款产品,分别针对商务、金融、酒店、住宅、物流仓储等不同领域,提供以人为核心的行业整体解决方案。

上海儿童太阳镜产品质量安全存风险

所有检测样品都不让人省心

风险警示

本报讯 (记者霍一夫)为评估儿童太阳镜产品质量安全状况,上海市质量技术监督局对该市生产、销售和网店销售的儿童太阳镜产品开展质量安全风险监测,结果显示所有检测样品均存在安全风险。由于我国还没有专门针对儿童太阳镜的国家标准,目前市场上的产品执行标准较为混乱,有的甚至没有执行标准。同时,销售儿童太阳镜的场所也良莠不齐,专业眼镜店、批发市场、百货商店、超市,甚至饰品店、玩具店、文具店以及电商都在卖,有的价格甚至低至几元,以低廉的价格吸引消费者。

此次,上海市质监局采用QB 2457-1999《太阳镜》、GB 10810.3-2006《眼镜镜片及相关眼镜产品 第3部

分:透射比规范及测量方法》、GB 10810.1-2005《眼镜片 第1部分:单光和多焦点镜片》、QB 2506-2001《光学树脂眼镜片》、ISO 12312-1:2013《眼睛和面部防护——太阳镜和相关护目镜 第1部分:通用太阳镜》、ISO 12311:2013《个人防护装备——太阳镜和相关护目镜的试验方法》等标准,对儿童太阳镜抗UV性能(可见光透射比、紫外线光谱平均透射比、防紫外线性能)、镜片材质、顶焦度偏差、色极限、交通讯号透射比、抗冲击性、覆盖范围和和使用限制说明等项目进行风险监测。

本次风险监测共采集39批次样品,经检测,39批次产品均存在安全风险。其中,4批次产品在“球镜和柱镜顶焦度偏差”的检测项目中超出参考限值“±0.12”,儿童佩戴可能会感到视物变形,容易产生视觉疲劳、视力下降等;3批次交通讯号透

射比(红色讯号)低于参考限值8,1批次交通讯号透射比(黄色讯号)低于参考限值6,可能导致儿童佩戴太阳镜后无法辨识交通讯号灯,存在交通安全隐患;13批次产品在“可见光透射比”的检测项目中,在产品包装或吊牌中未标注所属太阳镜的类别,7批次产品标注的太阳镜类别与实测类别不符。由于类别不同的太阳镜用途也不同,未标注类别或者标注类别与实际不符可能导致儿童使用不当,危害视力健康;29批次产品在产品包装或吊牌上未明示“防紫外线性能”;1批次产品“平均透射比(紫外线光谱区)”指标远远高于参考限值要求,且大于“可见光透射比”实测指标,镜片阻挡了正常光线但无法阻挡紫外线,反而使眼睛在暗环境下瞳孔放大吸收更多的紫外线,容易导致眼睛损伤;38批次产品未在包装或吊牌上明示“使用限制说明”,

容易使家长忽略产品使用过程中潜在的危险,如儿童因直视太阳时间过长,室内佩戴或经撞击后因镜片破碎而损伤眼睛。

根据风险监测结果,上海市质监局发出消费提示,建议消费者在购买儿童太阳镜时,尽量选择正规眼镜专业实体店购买产品;要关注产品各项功能的标称数据,必要时可要求销售者提供具备法定资质的第三方检测报告;不要只贪图颜色鲜艳、款式时髦或价格低廉,避免购买“三无”产品。给儿童佩戴太阳镜时,要关注产品使用说明,避免在不适合的场合使用,特别是光线较暗的室内,避免对儿童眼睛造成不必要的损伤。从光学的角度来说,灰色、茶色、绿色的镜片对眼睛可以起到更好的防护作用;在选购儿童太阳镜时,尽量避免购买颜色特别鲜艳的镜片,以免出现视觉颜色误差,导致交通讯号灯识别出错。