

松下罗密欧系列洗干一体机 缔造洁净健康生活

新的一年到了,有家装、结婚需求的人们开始对家里的家用电器进行“更新换代”。在今天的洗衣机市场上,品质升级一直在唱主角。洗衣机产品在一线城市的新增需求远不如更新换代需求量大。根据奥维云网统计,洗衣机更新需求占比达65%,预计年度洗衣机市场全渠道零售额将达到725亿元。

面对市场上琳琅满目的洗衣机,我们该如何选择呢?日前,记者走访市场发现,除洁净外,烘干和健康正在成为用户新的痛点。基于此,松下洁净研究所推出了松下罗密欧系列洗干一体机,其将洗、烘功能融为一体,还融入了Care+健康净护系统,为用户带来

洗护合一、洁净健康的洗涤新体验。

据悉,松下罗密欧系列洗干一体机采用了全新的Care+健康净护系统,其融合了Ag+光动银除菌技术、nanoe纳米水离子除味技术、双极除螨技术、95℃高温除菌、自清洁系统等多项健康科技,以立体多维的净化手段,深入衣物的每一寸空间,在加倍洁净的同时让健康升级,堪称颠覆了用户对于洗涤的想象。

奥维云网线下监测数据显示,以江浙沪为代表的长江中下游区域因气候原因(空气潮湿),对洗衣机烘干功能的需求较为旺盛,而像北京、广东等经济水平较高地区,烘干需求也相对

较高。松下打造罗密欧系列洗干一体机,正是为了满足这部分市场需求。

据了解,松下罗密欧系列洗干一体机应用松下自循环烘干程序,循环进入的新鲜空气,经变频电机和加热装置后,形成大面积热风,安全而均匀加热筒内衣物,衣物上的水经过冷凝系统冷却成水,直接排出,洁净更安心。

无论是消费升级还是更新换代,最终目的是为了提升生活品质。在我们的日常生活中,烘干和健康的重要性越来越凸显,大容量的松下罗密欧系列洗干一体机可以一次性满足全家人的洗烘需求,让家庭的生活品质再上一个台阶。



腾讯安全发现“应用克隆”漏洞 过半APP或需重设计

1月9日,“应用克隆”这一移动攻击威胁模型正式对外披露。腾讯安全玄武实验室与知道创宇404实验室,在联合召开的技术研究成果发布会上公布并展示了这一重大研究成果。

腾讯安全玄武实验室负责人于旸(TK教主)表示,该攻击模型是基于移动应用的一些基本设计特点推出的,所以几乎所有移动应用都适用该攻击模型。在这个攻击模型的视角下,很多以前认为威胁不大、厂商不重视的安全问题,都可以轻松

“克隆”用户账户,窃取隐私信息,盗取账号及资金等。在发现这些漏洞之后,腾讯安全玄武实验室通过CNCERT向厂商报告了相关漏洞,并提供了修复方法。

考虑到该漏洞影响的广泛性,以及配合“应用克隆”攻击模型后的巨大威胁,腾讯安全玄武实验室现场发布了“玄武支援计划”。于旸表示,由于对该漏洞的检测无法自动化完成,必须人工分析,玄武实验室无法对整个安卓应用市场进行检测,所以通过此次新闻发布

会,希望更多的APP厂商关注并自查产品是否仍存在相应漏洞,并进行修复。对用户量大、涉及重要数据的APP,玄武实验室也愿意提供相关技术援助。

在此次技术研究成果发布会上,腾讯副总裁马斌发布了《腾讯安全前沿技术研究白皮书》,对目前中国面临的安全形势,以及腾讯安全联合实验室在科技创新、人才建设等方面的成果进行了全面盘点,并首次披露了腾讯安全联合实验室成立以来的十大安全研究成果。

《法官来了》收官 花椒再添力作

近日,随着《法官来了》第七期的顺利播出,宣告了国内首档法治类直播节目的完美收官。从首期节目起,共邀请了包括“最美女法官”厉莉、“法官妈妈”李娜、“白大夫”白松在内的七位优秀法官依次做客花椒,一一为网友解析当下热门法律问题,累计吸引2619万的在线观看。

正如花椒联合创始人、副总裁于丹在启动仪式上所说:“我们定将这档节目做出特色、做出影响力,让广大青年能借助互联网的力量,借助花椒平台的优势,用法律知识武装头脑。”

此次花椒联合北京高院推出《法官来了》,用年轻人喜欢的网络直播方式进行普法宣传,打造网络时代法治节目新IP,可谓开全国法院之先河,已然成为我国普法宣传教育工作新方式新探索的典范。

去年,花椒推出“内容战略”,积极拓展多元化优质内容,同时通过吸纳包括权威机构、传统媒体、专业PGC团队、UGC等在内的优质内容提供方,打造出了更多优质和多品类内容。

第三届城产会在京启动

近日,2018第三届北京国际新型城镇化产业博览会暨“一带一路”项目合作峰会(简称“第三届城产会”)新闻发布会在北京国家会议中心举办。

会上,第三届城产会发言人、发展中国论坛秘书长庞波表示,第三届城产会将于2018年4月30日至5月3日继续在国家会议中心举办,以“绿色·生态·健康·可持续”为主题,设立9大展区,举办7场学术活动及投融资项目洽谈会;继续第二年实施向我国贫困地区赠送价值210万元100个展位,并设立“全国脱贫攻坚展区”;向“一带一路”国家赠送价值50万美元100个展位,并设立“一带一路国家展区”;从第三届城产会开始,每年年度活动设立“全国新型城镇化发展年度大奖”及分项奖,同期举办颁奖礼活动;同时开始向全国共计1331个地方和单位,发出第三届城产会的邀请。

美的主导新国标修订引领技术升级

近日,由中国轻工业发展研究中心主办、美的生活电器承办的“真破壁 新养生”破壁加工技术与饮食营养研究论坛暨美的智频破壁机发布会在京召开。

通过与会行业专家学者的热烈探讨,一致认为破壁机将是消费升级趋势下小家电市场的下一个风口,同时一针见血地指出破壁机产业发展乱象,强烈呼吁建立规范的行业标准。作为小家电行业的领导品牌,美的生活电器一直以来都在用高度的专业性推动着行业的技术进步与可持续性发展,凭借于

此,美的生活电器成为了《食物搅拌机》国家标准制修订的主导单位,在为我国破壁机行业做出卓越贡献的同时,让消费者在选购时“有章可循”。

会上,美的生活电器发布了代表行业最高技术水平的美的智频破壁机,其不仅颠覆了用户使用体验,同时也将行业推向一个新的技术高度。

据了解,美的智频破壁机采用行业内首款智频恒速电机,实现不同食材智能匹配不同转速,破壁过程更安静;此外,该产品还搭载了双

偏心紊流搅拌杯,消除搅拌盲区,破壁更细腻;而通过1500W超强马力驱动德国克虏伯8叶破壁精钢刀,产品可深度研磨破壁,使得食物口感更细腻;值得一提的是,美的智频破壁机首创“球鼎”双发热管凹盘加热系统,加热更快更均匀,大大缩短了烹饪时间。

在中国轻工业发展研究中心主任陈建国看来,破壁机行业乱象丛生,很大一部分原因在于标准的缺失,美的生活电器主导破壁机新国标的制修订,对于推动行业规范、健康发展来说,意义重大。

荔枝品牌召开战略升级发布会

本周三,有着移动音频行业三强之一的荔枝,对外发布了全新品牌战略。发布会上,荔枝创始人赖奕龙介绍,升级后将以“荔枝”作为品牌名称,“用声音,在一起”,成为荔枝全新的品牌口号。

“全新的荔枝,能为用户带来更多声音互动的玩法和体验。”赖奕龙表示。在产品方面,荔枝将增加更多互动、更多趣味、更多声音

创新。以语音直播技术为基础,在原有打赏互动、连麦互动的基础上推出娱乐模式,实现用户与用户之间的网状型互动;同时新增“我是歌王”K歌版块,推出K歌对抗真人秀模式,提升观众参与感、互动性,从而创造更多趣味性内容;通过ASMR声效黑科技发布,将普通声源智能转化为ASMR声效,真正打造声音虚拟现实场景,实现

“用声音,在一起”。

曾创作出家喻户晓的熊本熊形象的国际设计大师水野学设计的VI系统同步亮相发布会。并带来了寓意着连接、在一起的全新LOGO及受年轻人喜爱的吉祥物Teki。

同时,由兰馨亚洲领投,EMC跟投、泰合资本独家担任融资顾问的D轮5000万美元融资的完成,为荔枝品牌战略升级,注入强大动能。