

舌尖上的枣庄味道——

“抱犊调料杯”家庭拿手菜有奖征稿启事

《枣庄晚报》即日起每周推出“家庭拿手菜有奖征稿”专栏，为那些家庭厨艺高手们提供展示自己作品的机会，把带有我们枣庄家庭特色的来自百姓之中的美食介绍给大家，并让家庭主厨们相互学习借鉴，使我们的餐桌更丰富多彩。

本次活动由“抱犊调料”独家冠名赞助，并全程提供奖品。

活动具体方案如下：

1、**活动时间**：2014年5月30日至2015年5月29日，在每周枣庄晚报《市场导刊》中设置“家庭拿手菜有奖征稿选登”专栏。

2、**内容要求**：菜品必须为本人或家庭成员亲手烹制，必须配至少2幅照片，文字说明简明扼要，标明配料及用量、做法流程、口感及特色之处即可。

3、**奖品设置**：来稿一经采用刊发，即奖抱犊调料2瓶。每3个月从所有刊发的稿件中

抽取大奖两名，各奖抱犊调料礼盒一份。

4、**注意事项**：所有菜品制作过程必须真实，为真正体现枣庄特色味道，所用调料尽量使用抱犊牌酱油、食醋、甜面酱等系列产品，其他选料尽量使用枣庄市民常用食材，注重实用、家常特色。不要求精美

复杂，最好是简单易做、口味独特。

5、**来稿请寄**：(1)电子邮箱：zsy180@163.com

(2)市中区文化中路61号

枣庄日报社商贾部

6、**咨询电话**：0632——3333322

香辣蟹的做法



主料：肉蟹
辅料：葱、姜、花椒
调料：盐、白糖、白酒、干辣椒、料酒、抱

犊食醋、鸡精、食用油

制作步骤：

- 1、将肉蟹放在器皿中加入适量白酒，蟹醉后去腮、胃、肠切成块；
- 2、将葱、姜洗净，葱切成段，姜切成片；
- 3、坐锅点火放油，油至三成热时，放入花椒、干辣椒炒出麻辣香味时，加入姜片、葱段、蟹块，倒入料酒、醋、白糖、盐翻炒均匀，出锅即食。

提示：蟹可食用部分为肌肉、蟹黄、精巢和卵巢。不可食用部分为胃、肠、腮。食后切忌马上吃瓜果、喝生水。(此稿件由德仁俊园王先生提供)

肉片烧茄子



主料：茄子600克、五花肉片150克；
配料：青椒片60克、红椒片60克；
调料：葱花15克、姜末10克、蒜末30克、酱油25克、绍酒20克、米醋5克、白糖10克、盐3克、味

精2克、烹调油适量、水淀粉适量。

制作方法

- 1、勾兑碗汁：碗中放入盐、味精和白糖；再放入米醋、酱油和绍酒；往碗里兑入少许水淀粉和清水调匀备用；
- 2、烧茄子：把茄子过油炸熟，待茄子稍微上色倒入配料稍炒然后捞出；锅中留底油煸炒肉片，把五花肉片煸出油后倒入葱姜煸炒爆香，然后倒入茄子炒匀，把茄子炒匀后倒入芡汁用大火翻炒；待芡汁糊化后倒入蒜末炒匀，然后便可出锅码盘。

提示：

- 1、炸茄子时油温一定要高，七八成热即可，油温高茄子吃油不会太多，这样炸出的茄子不会油腻。(此稿件由国泰花园李先生提供)

近日，中国电子视像行业协会发布了一份名为《中国彩电新型显示技术发展白皮书》(以下简称《白皮书》)的报告。报告预测，未来三年4K超高清在新兴实用技术的助力下将进一步成为中国彩电的主流甚至是标配；而一直被认为是“下世代显示技术”的OLED因为受制于一些关键技术、成本及良品率偏低等因素，到2017年才有望“走出窘境”；与此同时，激光显示等新型显示技术将借机登上历史舞台，成为挑战LCD、OLED的一股强大力量。

4K超高清将成电视标配

《白皮书》预计，到2017年4K电视国内销售量将达到3400万台，渗透率将达到70%。“在彩电市场逐渐回归正轨，趋于平淡的大环境下，4K电视进入牛市行情，4K市场将成为2014年成长最快的单一市场。”《白皮书》显示。该报告援引第三方机构预测，2014年4K电视销售规模将达到805万台，渗透率将达到18%。预计到2017年，4K电视在国内的销售量

有望在2017年被打破。”

ULED狙击OLE效果显著

截至6月，今年4月份才投入市场的ULED电视已经创下12525台的销售量。造成近期OLED电视在中国看衰的最主要原因是良品率低导致售价居高不下，而这给聪明的中国企业以机会。《白皮书》以“OLED破冰未果，ULED市场已引爆”来说明这一现象。ULED是海信对现行TFT-LCD液晶显示技术与OLED显示技术发展现状评估后，在成熟的LCD技术基础上对背光设计、高色域显示、液晶驱动、核心画质处理等技术进行再次创新后推出的一种产品。《白皮书》显示，截至6月，今年4月份才投入市场的ULED电视已经在中国彩电市场创下12525台的销售量。其结论是“优秀的显示技术及亲民的价格，是广大消费者认可的主要原因”。据悉，55英寸ULED电视2014年6月份均价仅为9953元，而同尺寸OLED电视均价为29739元。

此外，《白皮书》表示，“ULED电视本身并不存在上游面板资源方面限制”，且技术所有方也“愿意开放背光源技术”，一旦有“更多品牌的参与，能在市场推广上形成推广合力”。事实上，也

智能手表，可谓可穿戴设备市场的一个新力量。最早一批的产品因市场定位不明确等原因最终并不成功，当时有不少用户认为智能手表这类可穿戴设备只是一个“玩具”。

那时的智能手表对于消费者而言虽然是新鲜事物，但也只能保持几天的热乎劲儿，无法让用户对其产生粘度，时至今日，这种类似的玩具还在不断的涌现在市场。若是想让用户对其产生依赖，就必须针对使用者的痛点来进行深度的挖掘，做出能够解决实际问题的产品。

走入生活，从用户痛点开始寻起

若想挖掘到用户最根本的需求，必须从智能手表的出发点——智能手机看起。现今智能手机的功能可以说已经相当完善，从性能与配置出发并不能真正打动使用者。但正是因为智能手机的完善，引出了使用者的一个痛点——就是碎片化的信息。

众所周知网络信息是碎片化的，人们通过网络传媒了解阅读非常多的信息，但却没有深刻的理解和记忆，让自己了解的东西成为过眼云烟。这些碎片化的信息亦会让用户觉得格外的“繁重”，用户经常性的会收到各种各样的消息，有微信、有短信也有App推送的消息。如此繁重的碎片化信息让很多人感到厌烦，用户迫切的希望能有一个真正有效的方法或是设备来解决这一问题。

当然解决方法从理性上来说有很多，最为简单粗暴的方法就是关闭推送功能，但是几乎很少有人回去尝试去将应用的推送功能关闭。当然还有一种属于“骗自己”的方法，将手机调成静音，从而避免听到这些推送消息，但在这种情况下，很容易发生重要电话漏接这一现象。这时用户就不单只是厌烦的情绪了，甚至会感到抓狂。

市场专家谈到：“智能手表能够将碎片化的信息变得非常轻，用户每天接收到的这些信息(包括推送消息、短信以及微信)，绝大部分是不需要回复的。以微信为例，本来只是一个轻应用，有空的时候聊一聊，没空的时候也不会立刻回复，一般而言没有特别急的事情时才会考虑到微信这个联络平台。”

不仅微信如此，现今就算短信的回复速度也已经变得比较缓慢了，短信“狂轰乱炸”的年代早已过去。不仅是因为移动互联网的崛起，更有碎片信息过载的影响，让用户从新鲜转变成反感。而智能手表这种对于多数人来说还是新鲜事物的设备，用另一种方式来进行信息的传输，反而更能打动用户。也正是由于上述一系列因素，让智能手表看到了一条通往用户生活的道路。

智能手表走进生活其实不难

既然找到了用户的痛点，剩下需要做的便是针对用户痛点来量身打造自己的产品。我们可以试想一个每天都在经历的场景，在一些拥挤的公车或是地铁上，为了防止手机丢失，很多人愿意把手机放在书包中。而若是来信息，掏出手机极其不方便，这时手表便是一个查看信息很好的设备，并且在这一过程的使用体验要比手机好上很多。当智能手表成为一个真正能够解决用户困惑的产品后，会让用户产生一种依赖感，没带手表会让掏手机变成一件苦恼的事。

虽有缺陷，但仍有很大市场

智能手表虽然仍存在着缺陷，但依旧有很大的市场，从一开始的三星，到现今谷歌可穿戴操作平台Android Wear，又有消息传出苹果也在研发自己的iWatch，微软智能手表目前也在测试当中。据市场研究公司NextMarket的预测，智能手表在儿童和健康追踪领域发展强劲，预计到2020年智能手表出货量将由现在的1500万块增长至3.73亿块，事实证明在细分市场中，有这一条通往生活的大道。

现今已是一个工业时代和信息时代一个转变，可穿戴设备不再是一个被大多数人认为的“玩具”，而可算是一个贴合用户需求的“精品”，可穿戴设备就像一只潜伏在用户痛点的野兽，等待着最适宜的时候进行爆发。当然，可穿戴设备现今是面临着一些瓶颈，这是事实，但是不正是因为有了这些遗憾，才让我们对未来更加产生期待吗？

智能手表走入现实的大道在何方？



未来三年大趋势：

4K成标配 激光显示登场

将达到3400万台，渗透率将达到70%。因此，《白皮书》大胆地指出：4K超高清将成为电视标配。《白皮书》也认为“UHD电视目前还面临内容较少，技术标准不完善等问题”，但认为“随着电影制片商、视频内容制造商积极开发4K视频资源，网络4K内容得到极大丰富，韩国日本试播4K信号的成功，都对UHD产业链的完善起到了重要作用。预计到2015年4K片源问题会有所改善”。加之上游面板出货力度的加大，UHD电视价格的走低，UHD大规模普及势不可挡。

有中国彩电企业提出了GLED、QLED等概念，但《白皮书》只以ULED为例指出了一些彩电企业通过技术提升强化对LCD电视的销售，事实上上阻断了OLED的发展。

明年将是激光电视元年

明年或将成为激光电视元年，激光电视对于65英寸以上市场具有较强的冲击力。当传统彩电厂商和互联网企业正在抢占各自的市场空间时，另一些企业则相继推出激光电视，以大尺寸和高画质抢滩客厅市场。

《中国彩电新型显示技术发展白皮书》认为，激光显示是继黑白显示、彩色显示、数字显示之后的第四代显示技术，它采用纯激光光源，明暗环境下均可正常观看，具备高色域、高亮度、100英寸或者更大屏幕、4米观看距离、节能护眼、临场感强、影音效果震撼、高性价比等特点。《白皮书》预计：随着产业化的进一步推进，技术和市场的不断成熟，成本价格降低，尤其是激光器成本的降低，激光电视进入家庭的时间也会大为提前，预计明年或将成为激光电视元年。激光电视对于65英寸以上市场具有较强的冲击力，预测2015年65英寸以上市场激光电视的占有率将达到2%。

OLED要到2017年才有出头日

随着产线的扩充、良率的提升，OLED曲高和寡的窘境有望在2017年被打破。OLED作为下一代显示技术的代表已被业内广泛公认，但受制于一些关键技术、成本及良品率偏低等因素，无法顺利地推进，目前我国OLED市场尚属于发展的初级阶段。《白皮书》预测，因面板供应资源单一，2014年出货至中国大陆的OLED面板为6万片左右，2014年底将出现低价OLED面板，终端价格也将有机会走低。但事实上，《白皮书》的另一组数据显示，截止到2014年6月，国内OLED电视累计销售量仅为559台。《白皮书》预测，未来2-3年将呈现OLED技术与当前主流TFT-LCD技术并行的状态，预计2015年国内市场OLED电视将会达到20万台，2016年有望达到50万台。“随着产线的扩充，良率的提升，以及市场推广力度的增大，OLED曲高和寡的窘境有