



五一消费需求旺盛

家电市场推陈出新

品牌活动

海尔希望工程爱心绽放

本报讯 4月7日,旨在传播奥运精神,为希望工程奉献爱心的海尔“奥运希望工程”中原城市行活动在郑州二七广场盛大启动。

海尔奥运希望工程是海尔与中国青少年基金会联合在全国举办的大型公益活动,其宗旨在于传播奥运精神、为希望工程奉献爱心。在河南,该活动由河南省青少年发展基金会、河南省希望工程办公室主办,郑州海尔工贸承办,国美、永乐、五星、苏宁及全省各大海尔专卖店共同参与。海尔奥运希望工程将建立专项基金,资金由郑州海尔工贸从4月到7月的家电销量中按比例提取。

在当天的启动仪式上,郑州海尔工贸郑重承诺,每卖出一台奥运家电,就向希望工程捐款1元。

由于销售奥运家电的多少,将直接决定募集希望工程基金的规模,海尔也在活动中重点推出极为丰厚的感恩回报措施来强化奥运家电的销售。这其中包括:按消费额送出不同价值礼包的套餐大礼;为新婚购房者送去的新婚大礼;购机参与网上抽奖赢北京奥运会门票的奥运大礼等。此外,还有丰富多彩的单品买赠大礼、现场定时抽奖的幸运大礼和海尔俱乐部亲情大礼。作为北京奥运会白色家电赞助商,海尔让每一位消费者在通过购机向希望工程奉献爱心的同时,享受到厂家实实在在的实惠。

据郑州海尔工贸的有关负责人介绍,海尔奥运希望工程融奥运精神传播、爱心公益和奥运家电、整套家电的推广为一体。活动期间每周六、日将在全省各地市全面展开,本周末该活动洛阳站、济源站、新密站将隆重举行。

(宋笑琳)

消费提醒

无烟锅并非无烟

厨房油烟如何解决



近日,“无烟锅”产品成为众矢之的。这种售价高达几百元、号称无烟的明星锅竟然只是一种涂了层紫色涂层的铝锅。其实从其电视购物广告中煽动性的话语、神奇的功能介绍中,消费者不难发现其中的猫腻,到底是什么原因让他们依然趋之若鹜,这种售价不菲、功能虚假“无烟锅”又何以能横行市场这么久?

从一些权威机构发布的数据中我们不难找到答案。譬如世界卫生组织与联合国开发计划署的研究报告指出:中国传统的“猛火爆炒”的烹饪习惯导致了中国妇女低吸烟率、高肺癌发病率。而上海环境监测中心的数据也显示,我国近年肺癌患者以26.7%的速度快速递增,主要原因在于厨房油烟。可见,正是对厨房油烟的恐惧所带来的盲目消费让消费者跌入了“无烟锅”的陷阱。而这也正体现了人们对于健康清新的厨房生活一种美好的愿景。

无烟锅的谎言被戳穿了,证实并非无烟,那厨房油烟问题又该如何解决?对此,笔者咨询了有关专家。国家粮油质量监督检验中心副主任尚艳娥明确表示,油的烟点在220℃到240℃之间,只要温度超过烟点就肯定会冒烟。想要炒菜,油的温度就不可避免的会超过烟点,所以想从锅的角度来解决油烟问题几乎是不可能的。

专家建议消费者毋需过分担心,因为无烟锅本身就没有多大的存在必要。国内知名家电美的厨房电器公司高级工程师李俊生表示,中国的烟机技术早已成熟,并且各项性能都优于国外,完全可以满足中国家庭清除油烟的需要。以美的厨房电器公司的烟机“四冲程驱动风道技术”为例,就对除烟过程中滤油、油烟分离等各个步骤进行了全程优化,能达到93.5%油烟分离度和98.5%气态降低度,远远高于国际标准。

同时,专家还提醒广大消费者一定要理性消费,选购烟机时要从品牌、品质、品相三个纬度出发。首先,品牌是消费者认同和信任的积累,是一种可被信任的标志。大品牌体现出的不仅是产品、服务等各方面优势,更是长期以来在该领域所形成的高度专业性,以及对消费需求的深刻理解。其次,不要被市场上眼花缭乱的营销概念所迷惑,除烟性能才是衡量烟机品质的关键,一些看上去很美的功能并不会为使用带来多少实际价值。再次,一款漂亮的烟机才能与时尚的整体橱柜和高贵的木地板相映成辉。相反,一款外观不出众的烟机往往会成为厨房装修的败笔。乐文

水家电推出健康消费新品



人们生活品质的提高直接带来了健康家电产品的旺盛需求。以受人瞩目的水家电为例,从净水器的畅销,到水处理器的流行,再到饮水机的受追捧,一系列新型水家电以其健康、节能、无污染的特质,受到更多消费者的青睐。

据了解,五一期间,即将在我市各大商场上市的水家电产品就有十几种,在价格方面,各厂商均有不同程度的价格调整。一时间,厂家的力推、商家的拉动,普及之风弥漫整个水家电市场。饮水机行业的领军企业沁园集团于五一黄金周到来之前推出了三款无热胆新品,其高性价比吸引了消费者关注的目光。这三款无热胆饮水机继承了沁园无热胆饮水机的优势,去除了传统饮水机的热胆,采用独特的水路系统,全封闭水路结构,利用水的自然重力和热膨胀的

工作原理,与外部空气完全隔绝,避免了细菌的侵入,有效地防止了“二次污染”;即开即热,一次性加热的特点,克服了传统饮水机反复加热现象以及“阴阳水”现象,有效避免了普通饮水机因反复加热导致的水质不新鲜,确保水中营养物质不流失,口感更好。此外,这三款无热胆饮水机也进行了不同程度的技术改进。加热体瓦数大幅降低,热效率更高、更省电,加热一次热水的单位时间短,并且不存在热水在热胆中保温而造成耗能的现象,比传统饮水机节能可达到50%左右。

据了解,由于技术含量较高,无热胆饮水机单价基本在千元以上,而节前适时推出的新品价格因生产的规模化而大幅降低,将更加适合普通消费家庭。

选购平板电视看过来

五一黄金周将至,很多朋友都想为自己的家里添上一款平板电视,以配合节日的喜悦;商家们届时也会采取各种促销活动进行宣传。乱花难免迷人眼,到底选购什么样的平板电视,才能既一饱眼福,又符合发展潮流呢?下面就给您介绍一下选购平板电视的三大黄金法则,供您参考。

法则之一:认准全高清

全高清的英文名称是 Full HD,从技术上讲,当一幅画面中像素数量达到1920x1080p,就可以称为全高清。现在全高清正以普通高清两倍的清晰度全面席卷高端电视市场。

正是技术进步使这一切成为了可能。全高清平板电视需要精确的图像处理技术,一般要达到普通平板电视约两倍的处理能力。而全高清面板也比普通面板的生产成本要高。然而随着图像处理技术和面板生产的不断成熟,现在全高清不再是难以逾越的障碍了。

近年来,一些能够提供全高清分辨率的信号源大量出现,也推动了全高清的发展。2007年即将大规模上市的蓝光和 HD-DVD 高清影碟机,PS3、XBOX360 等次世代游戏机,Intel 力推的欢跃平台 HTPC 等,都已成为市场追逐的对象,能够凸显这些信号源优势的全高清电视,必然会成为不可逆转的趋势,

进入寻常百姓家庭。与市场发展趋势相适应,家电厂商都开始全力打造具有自己特色的全高清电视。如 LG、夏普、索尼等。LG 力主全高清趋势,在多款产品上采用 Full HD 技术,市场表现极为出色。在配置相同的情况下,全高清无疑比高清有着更持久的生命力,您选购时可要仔细了。

法则之二:大屏才享受

高清电视的定义中有一点:“能够获得影院的效果”。要获得影院的效果,首先一点,屏幕足够大。屏幕达到40英寸以上,高清电视才能更好地发挥作用,您才能在家里真正领略到影院的效果。

另外,在空间允许的条件下,平板电视当然是越大越好,家电选择和现代居室相配合,客厅里摆放大屏幕电视较为合适。随着全高清的不断普及和人们消费水平的日益增长,大尺寸的平板电视已成为城市消费者的主流选择。

平板电视厂家对趋势有着更敏锐的把握。如2005年的平板电视主流是32寸,2006年升至37寸,2007年则是42及以上尺寸的产品,大屏市场如火如荼。从2006年上半年开始,LG 领先市场一步以大屏为主打,下半年起在中国推出了自己的 XCANVAS 品牌,该品牌涵盖了 LG 的所有高端产品,主要是42英寸以上的平板电视,包括液晶和等离子,在平板市



场掀起了一番大屏高潮。

法则之三:“左右时间”不能少

“左右时间”可以使播放中的电视节目随时暂停、随时继续、随时回放,并且可以对当前播放节目和预约时间内的节目进行录制,实现了电视收看方式从被动到主动的创新。LG 电子在2006年发布了具有“左右时间”功能的电视,实现了电视理念上的突破,被业内人士认为是使电视娱乐方式产生根本性变革的举措。

洗衣机节前热推

“三动力”精洗理念

近日,“三动力”洗衣机正式量产上市,这标志着洗衣机告别了过去的单动力或双动力的驱动方式。荣事达拥有自主知识产权的“三动力”洗衣机产品应用创新的“动能精洗”技术,除了兼具搅拌、波轮、滚筒等三种洗涤模式的优点外,在洗衣机产业技术上也有了革命性突破——能帮助消费者彻底解决“洁净、缠绕”两大洗衣难题,进一步实现对衣物的“精洗”。

有权威机构调查显示:“我国城市家庭洗衣机普及率在90%左右。而在这90%的家庭中,有超过三分之一的家庭相当部分衣物仍然选择手洗或干洗。”衣物洗涤时缠绕在一起而导致的羊绒、真丝等高档衣物的磨损,以及不理想的洗净度,是众多消费者只能无奈地选择自己动手的重要原因。传统的波轮洗衣机技术在洗净度方面虽然有所保障,但是机械力作用大,易使衣物缠绕打结,造成不必要的磨损;而滚筒洗衣机虽能将衣物的磨损率降至最低,但这种洗涤方式在洗净度方面却有不可避免的欠缺。

技术专家经过反复试验,在大量数据研究的基础上,他们发现解决缠绕及洗净度不够的关键在于对洗涤水流的有效控制,而对洗涤水流的控制则取决于洗衣机的动力驱动系统。根据这一结论,荣事达研发出了被命名为“动能精洗”的全新“三动力”洗涤技术。动能精洗技术针对这两大难题,通过控制水流及部件运动,模拟出真正的手搓功能,让人放心洗涤各种形式和材质的衣物,让消费者不再出现“有洗衣机不用”的尴尬情形,真正实现“洁净不伤衣”的“精洗”价值。一台优质的洗衣机必须具备较高的洗净度和衣物保护度,并在此基础上具备节水、省电、健康、智能、低噪声、低故障率等特性,全面满足消费者需求。这就是荣事达著名的“精洗”理念。

因此,有业内人士认为,“三动力”技术的推出有可能对未来的市场格局产生巨大的冲击,掀起新一轮的技术升级战。



照明行业频打体育组合拳

高端品牌引领行业升级

高端品牌体育组合拳逆市发力

国家工商总局近日公布对北京、上海、广州3个城市流通领域节能灯监测的结果显示,合格率仅为39.3%,朗能、欧普、松本等知名品牌“上榜”。而在此前央视3·15晚会上,欧普等品牌同样抽检不合格。事实上,照明行业品牌多达几千家,但是大多数都致力于 OEM 和低端产品的生产,一直在中低端市场上互相杀价、打斗和无序竞争。去年的原材料价格上涨更是恶化了以规模企业为主的行业的生存环境。在中国市场上真正称得上高端品牌的只有飞利浦、GE 等几家洋品牌。但从今年开始,本邦、雷士、三雄·极光等本土品牌开始在高端市场频频发力,向飞利浦发起了“猛攻”。在这些挑战者当中,本邦照明品牌总监陈壁光先生充满信心地表示,要把本邦做

成中国的“飞利浦”,打造民族品牌。事实上本邦已经再次打出体育组合拳,被国家奥林匹克体育中心指定为专用产品。除此之外,其他一些高端品牌也开始积极在高端品牌推广上发力。有些品牌更是联手中央电视台“同一首歌”举行大型演唱会,给2006年平淡的行业增添了亮丽的色彩,吹响了企业打造大众品牌的号角。

效仿家电行业开始洗牌

权威媒体的曝光实际上是行业整合的一个契机。像家电行业一样,整合一定是从高端品牌逐渐抢占越来越多的市场开始,并以形成几大品牌主宰行业格局而结束的。事实上,华强照明和渝电控制的产品,是全国覆盖率最广、网络最大的中低端品牌。高端品牌本

邦短短一年经营产品已涉及光源、工程、家居、商照、电工等21个大类、7000多个品种,在全国各地的专卖店已开设近600家,2006年比2005年销售增长300%。2007年一开年,产品已供不应求,客户3月的订单已排到5月份。目前已经基本占领国内的一线城市及大部分的二级市场,未来一年将着重完成从二级市场向三级市场的渗透工作,使产品达到更大的市场覆盖率,并逐渐开始对市场进行洗牌。

业内人士认为,从宏观上看,现阶段的行业发展情景类似于上世纪90年代家电业的发展时期,不久的将来,企业产品专业化程度是将成为决定企业能否成为品牌的唯一标准。

贡丰雷

市场观察

继赞助冬奥会后不久,一家国际照明品牌产品被国家奥林匹克体育中心指定为“专用产品”。

这是以 OEM 和价格战为主的行业罕见的大型营销活动,此行动也拉开了以品牌为主导的行业洗牌。与此形成鲜明对比的是,此前央视3·15晚会和国家工商总局均公布了一批抽检不合格的知名品牌。一向被视为暴利的照明行业,在奥运前终于由龙头品牌拉开了洗牌的序幕。

每周播报

话费管家上市:

体验节省的魔力

如何能降低手机话费,依然是老百姓关注的话题。近日上市的一款双待手机酷派 238,堪称“最省钱手机”,为节省话费开辟了一条新途径。新上市的这款酷派 238 支持两个号码同时在线,老号码关系不会丢,新号码打电话话费,两全其美。更能省钱的是,它可以各运营商的服务取长补短。

目前运营商套餐服务优惠各不相同,有的通话便宜,有的短信便宜,有的本地免单,有的漫游实惠。而酷派 238 支持 C 网和 G 网的两个号码同时在线,哪个便宜就用哪个。出差时如使用酷派双待机 238,增加一个用来漫游的卡,保留一个本地使用的卡,就可以既保持原来号码畅通,又省却了高额长途和漫游的费用。目前市面上的双待机,少则三千多元,多则七、八千元,块头又大,让双待机几乎成了老板和金领一族的专利。而酷派 238 官方售价仅为 2100 元,身材小巧之余却蕴涵了最先进的双待机技术,以及个人信息加密、来电归属地查询、千组联系

人存储、MP3 播放等智能而时尚的功能。秦杰

《武林外传》第三季:

群雄争霸正式开放

由完美时空开发的国内首部 Q 版喜剧网游《武林外传》于3月29日宣布全面开放第三季“群雄争霸”。《武林外传》秉承了同名电视剧的风格,延续了情景喜剧的搞笑、夸张、无厘头等等。游戏中主要故事情节的地点就发生在七侠镇,电视剧中所有的人物在游戏中都会出场,而且每个角色都与游戏的内容息息相关。从刚开始入手的游戏任务到无数新奇有趣的称谓获得,都与这些同福客栈中玩家们最熟悉不过的 NPC 有关系,而各种经典的台词更是动不动就跳出来,给玩家们带来了亲切幽默的游戏体验。

经过了前两季“初入江湖”和“独步武林”的热潮,《武林外传》第三季“群雄争霸”推出了八大亮点,面向玩家,以玩家的需求为主,推出了更多任务,更多搞笑称谓,靓丽时装等等。韦眉

海信平板电视:

新三包服务树立行业最高准则

“平板电视的售后服务不规范问题已经成为制约平板电视行业发展的瓶颈之一。”据中国家用电器维修协会副秘书长郭赤兵介绍,随着近两年平板电视市场的快速发展,平板电视的售后服务问题成为近两年最受消费者关注的焦点,而目前行业标准的缺失进一步加剧了厂家与消费者之间的服务纠纷。在此严峻市场形势下,海信率先推出了“三三三免”平板电视服务新举措,以全面超越同行的企业服务标准在中国平板电视行业率先树立起一个新标杆。

海信新平板服务标准的核心是:自2007年4月3日起,海信平板电视的显示屏保修期限将自一年延长为三年,整机、自制解码板保修一年。这不仅与原来 CRT 的售后标准相吻合,还承担起更多的责任,对于2007年4月3日前三年内购买的产品也享受新的服务标准。笑琳