

家居信报

升达净化空气负离子地板上市

近日,国内地板龙头企业——升达公司旗下的科研部门经过数年潜心研究,推出了负离子地板,已于目前在全国同步上市。

睡眠质量其实和空气的质量有很大的关系,如果处于森林、湖泊、大海边的话,会神清气爽,这其实就是这些地方的空气中含有大量的负离子的因素,负离子能促进血液循环,改善睡眠质量。

据升达科研公司的余钢博士介绍,升达负离子地板有其区别于其他地板的独特三大功能:其一就是消除甲醛、苯、氨等有害气体。其二,升达负离子地板释放出的负离子具有永久自发性,能杀菌抑菌。其三,升达负离子地板持续释放的负离子作用于人体有效辅助改善人体机能,其释放负离子持续时间达数年之久。

金钢鹦鹉地板推出“安醛”地板

近日,进入郑州已经整整十年的金钢鹦鹉地板推出了“安醛”固封技术以及纳米抗菌技术。据悉,这种新概念环保技术,让家更安全。

据金钢鹦鹉的技术人员介绍,“安醛”固封技术是一种新概念的环保技术,强调对于甲醛的封闭。通过对地板四周喷涂一种超强固封剂,在地板四周合口形成持久的固封保护层,从而严密屏蔽甲醛的释放通道,使之无法发挥释放,从而达到更好的环保效果。

金钢鹦鹉抗菌技术是采用由杀菌力较强的银离子和二氧化钛合成的新型抗菌材料,具有有效抗菌和抑制细菌生长的特性,并且还具备抗霉、防霉变的效果。特别针对空气湿度较大地区以及正在使用地热采暖系统的环境,能在短时间内破坏细菌的繁殖能力,从而达到抗菌抗霉的目的。

据了解,恰逢进驻河南十周年庆典,金钢鹦鹉地板郑州各专卖店在近期推出了大规模的让利促销活动,优惠消费者的措施还将进一步推出。

好太太浴柜进入郑州

近日,好太太整体厨房郑州专卖店引进了好太太浴柜,而且有系列优惠活动推出。

自1999年成功打造出“好太太”自动晾衣架这一强势品牌以来,以独特的设计、精美的制造、超强的市场运作能力以及完美的售后服务,市场占有率一直在行业遥遥领先。2005年7月,“好太太”被认定为中国驰名商标。2006年7月又被中国品牌研究院评定为中国行业标志性品牌。

2005年,好太太集团正式进军整体厨房领域,好太太橱柜以“绿色厨房的标准”为产品定位,提出了“筑家三境界”、“绿色厨房七大标准”等推广主题,把大家熟悉的绿色概念在橱柜行业内做深、做透。打造差异化的产品优势和品牌认知。2006年10月,好太太积极参与制定的《住宅整体厨房》行业标准出台,这将对整个橱柜业2007年的走势,产生不可忽视的影响。

安信地板香脂木豆复合系列登陆河南

香脂木豆地板(俗称红檀香)是地板中的绝对贵族,身价不菲,是豪华装修的首选,很多顾客喜欢它的华贵纹理,却止步于它的昂贵价格。五一节前,一个让市场振奋的消息来了:上海安信地板带着10万平方米的香脂木豆实木复合地板来到河南市场。

安信地板是从南美采购原木,在国内刨切,所以不仅在成本上降低了很多,而且木皮的新鲜度和质量都得到了极大的提升。和以前直接进口木皮的香脂木豆地板相比,安信的香脂木豆复合地板色泽更艳丽、花纹更清晰。更诱人的是,安信地板把降低的成本全部回馈给顾客,原先昂贵的香脂木豆复合地板,现在只要182元/平方米(含安装)就可以轻松采购。10万平方米的供应量也不仅是低价诱惑,而是实实在在的放量供应。

安信的实木复合地板,基材好,稳定性强,一直是受到顾客认可的可靠产品。不久前该厂在增设了刨切工厂后,木皮原料的质量也得到了大幅度的提升,香脂木豆实木复合地板成为安信地板强大生产能力的最佳体现。

鸿基木业进军日本市场

记者近日从深圳鸿基木业获悉,鸿基目前已成功打入日本木业市场,为进军国际市场迈出了第一步。

据悉,鸿基木业此次首批进入日本市场的是其隔墙板产品,之后将会有更多系列产品进入国际市场。目前,鸿基已经和日本客户签订了大量的新品订单。据鸿基市场营销部透露,2007年将是鸿基木业的服务提升年。

近年鸿基木业由营销型转向实业型,不仅在深圳建立了一座占地2万多平方米的现代化生产基地,还先后通过了ISO9001:2000国际质量管理体系认证,连续三年被列为中国木材流通协会“全国30家实木地板双承诺企业”,2005年正式被评为“深圳知名品牌”。如今鸿基业务遍及全国20多个省市和地区,同时产品常年出口欧美等国。本组消息由本报记者刘磊、赵毅综合报道

动静两相宜

五一家电数码装备大搜罗

随着5月1日的临近,人们已经开始设想难得的长假生活。在这个网络日益普及和数码产品极大丰富的数字时代,要让快乐和享受升级,功能强大、便携时尚、富有个性化的数码家电装备必不可少。

DC575Wi DVD 摄像机:

美好回忆 影像中找寻

五一春游,各种美好的瞬间自然层出不穷,如果有一部强劲的数码摄像机,就会让快乐的旅途锦上添花。

在百万像素的DV产品中,三星DC575Wi以高端品质、时尚外形和完善的售后服务体系很受消费者的青睐。在外形上,DC575Wi延续了前辈DC565Wi的设计理念,扁平而圆润的卧式风格配以时尚、冷静的银灰色外壳,加上360g的瘦身体重,非常适合追求品位和个性的现代都市人群,随时抓拍精彩的生活片断。DC575Wi的一大亮点,是拥有超高清的画质,无论是拍摄取景还是后期回放,即使在阳光直射的环境中,也可以保证用户清晰地看清其显示的内容,非常适合在阳光明媚时出游使用。DC575Wi还特别采用了世界顶级镜头生产厂家施奈德公司的30mm镜头,最大光学变焦倍数分别为34倍和26倍,数码变焦倍数则达到了1200倍,配合三星VM引擎等影像技术,用DC575Wi拍摄的每一幅画面都纤毫毕现。此外,作为一款DVD摄像机,DC575Wi带给用户最大的方便在于,拍摄的同时就可以直接进行光盘刻录,拍摄完成的光盘可立刻用DVD播放器重放,不需要借助其他播放设备。而且,DC575Wi支持目前市场上几乎所有DVD光盘格式,在采用LP模式配以DVD+R(双层)光盘的情况下,其拍摄时间最长可达120分钟,足以满足外出旅行的拍摄需求。

据了解,从4月21日至5月7日,在包括郑州在内的全国50个重点城市,该品牌将同步举行五一促销活动。

穿梭于动静之间:

500万像素以上拍照DV

高品质数码摄像机和高像素数码相机是外出旅游的必备首选。今年春季SONY、佳能、JVC等数码巨头齐齐推出了500万以上像素照片拍摄功能的数码摄像机,给消费者带来了充分的选择余地。Sony新品HDR-HC7E作为一款高清摄像机,有惊人的610万像素,采用了比广播电视标准色域范围更广国际色空间标准x.v.Color,适合于追求高品质、倡导享受生活理念的用户。DCR-SR300E配置40G的大容量硬盘,即使使用最高分辨率拍摄,也可录制长达9个半小时的视频影像。值得一提的还有它的双重录制加上平稳缓慢拍摄技术,使得DCR-SR300E动静皆宜。DCR-DVD908E配备了高品质的37mm滤镜直径的卡尔·蔡司Vario-Sonnar T*镜头和多种丰富实用的功能,可以生动地拍摄夜景、烟火和日出等景色。

佳能DC51则拥有丰富的多种拍照功能。DC51是佳能的一款旗舰级DVD摄像机新品。佳能DC51使用了1/2.7英寸,总像素为539万像素的CCD,静态有效像素500万,无论动态还是静态画质都有显著提高,生动清晰。

JVC MG575作为实惠新品也有新突破。新的JVC高端硬盘数码相机MG575,采用了1/2.5英寸537万像素的CCD,动态拍摄有效像素为400万,静态像素为500万,同时硬盘提升到40GB。画面整体感觉还不错。

超薄直板经典:

炫镜品红 D515

D515最为突出的是机身外观对色彩

美的把握,经钢琴烤漆处理的机身亮黑主色调,配以侧面红色镶边,当红色的键盘点亮时与镶嵌在机身的红色玫瑰互相辉映,亮黑和酒红两种色调相得益彰,炫镜品红D515是波导新近推出的炫镜系列的一款经典手机,除了炫镜系列共有的时尚镜面效果等特征之外,D515设计的着力点还放在轻薄的外观——重60克,厚10mm,与波导炫镜系列的D615、D706相比,D515更为纤巧,握感轻盈舒适。

D515采用1.8英寸高清晰彩屏,配备数码相机130万像素摄像头,有6种白平衡,支持连拍、定时拍照、曝光补偿、夜间拍摄功能,14种特效设定以及个性图框、趣味图章等可根据个人喜好编辑照片。纤巧超薄的D515还拥有强大的娱乐功能,支持MP4、MP3影音播放,FM收音机。音乐播放可通过机身右侧的快捷键一键进入内置播放器,播放界面直观易懂,并带有三种不同风格的界面和八种EQ选择,支持MP3、WAV、MIDI、AMR等多种格式的音乐文件播放。MP3铃声设定操作简便,音效悦耳。MP4功能支持MPEG4和3GPP文件播放,还可设置全屏播放,播放效果出色。通过T-FLASH卡扩展,还可实现D515娱乐功能的无限扩展。同样,D515这款充满魅力的手机具备“英语通”学习功能。这款超薄直板经典D515作为波导最新推出的炫镜系列手机之一,机身纤巧轻薄,外观时尚大气,可谓手机设计轻薄时尚潮流的标杆之作。

MP3 K3:

演绎五一游的“心”路程

对于数码播放器来说,4月是一个新品辈出的时节。面向2007年中高端市场的第一款三星MP3产品K3已于近日在全国各地陆续上架,贯彻“忠于音乐、摒弃点缀”的设计理念,K3的上市将为MP3行业注入全新的时尚元素。

作为K系列的第二款产品,K3早已是各界关注的焦点。K3采用了当下流行



的轻薄造型,超薄身材,50g的超轻重量,让K3显得轻盈灵巧,不仅增加了产品的便携性,更衬托出K3简约时尚的高雅气质。音乐表现方面,三星独有DNSE立体音效,空旷缥缈的空间感,带来如演唱会现场般美妙自然的音乐世界。配合外置扬声器的自由搭配,更是给予了用户充分的自主空间,既可以随时随地打开轻巧的K3,又可以在温馨浪漫的情景中和亲朋好友分享音乐带来的乐趣。高雅,是K3散发的第一视觉冲击。铝合金度膜材质让K3显得更加高贵、典雅;水晶般晶莹剔透的光滑表面,在黑色质地的衬托下尽情演绎K3特立独行的个性;蓝光感应触摸键传递着三星K系列MP3的神秘气质;银色边框的采用,则为黑色K3带来俊朗、帅气的感觉,同时还具有出色的防刮、抗冲击功能。此外,动态图形化菜单、FM广播等细节处理,继续诠释“以人为本”的设计理念,1.8英寸OLED高清晰彩屏,则以更高的性能为用户带来精彩的图片浏览和文本阅读的视觉感受。

业内人士分析指出,随着数码播放器的迅速普及,MP3已经不仅仅是作为一个终端娱乐平台,而会被看做是消费者个性和品位的象征。K3的出现则从产品气质和品位的维度进一步丰富了它的内涵。K3已在全国各地铺货,目前上市的主要是黑色版本K3,有1G和2G两个容量可供选择。红色K3和绿色K3也将在五一节后陆续上架。 王晓蕾

更宽的“宽屏”时代到来

本报记者 赵毅

从2006年开始,比例为16:10宽屏液晶显示器就成了市场的主流。但现在,业内人士预测,22英寸将在今年下半年成为市场主流。

应用需求带动大屏宽屏发展

据了解,22英寸及以上尺寸的大屏幕宽屏液晶已经成为今年各厂商的战略重点。如联想不久前推出的家悦U5030A就配备了5ms极速响应的22英寸宽屏液晶显示器,总价也低于6000元。

业内人士认为,液晶屏幕不再单纯是电脑显示终端,在手机设备、电视娱乐设备普及的今天,液晶产品走向“电脑+电视+PS3游戏”三大应用平台的融合已经是大势所趋。进入2007年,伴随数码娱乐、网络多媒

体及Web2.0应用的不断深化,市场对宽屏显示应用的需求将进一步高涨。微软推出的新一代Vista视窗操作系统,更将宽屏作为家庭娱乐的标准配置之一。

宽屏价格一路跳水

专业网站调查显示,从2006年10月~2007年2月,22英寸液晶显示器均价指数呈现出明显的平稳下降趋势,其最低价竟猛降到2500元左右,如美格WB22D售价只有2599元。到了3月底,美格又将旗下的WB22D降价至1999元。而ACER、优派、奇美、明基、美齐、瀚视奇、赛普特等品牌的22英寸宽屏液晶,上市价基本都在3000元以上,但是在极短的时间内就杀到2999元。

随着各液晶显示器厂家今年开始转移重点,主推22英寸,预计今年年底22英寸

产品有望成为主流型号。

“屏”并非越宽越好

不少游戏玩家受到这些宣传的影响,为了把游戏玩好而买了宽屏液晶。但是,当他们开始用宽屏来玩游戏的时候,就发现有存在问题:不少游戏根本没有提供宽屏液晶所对应的分辨率,就算提供了也不适合大屏幕宽屏液晶使用,有些游戏虽然说是支持宽屏,但实际上只将原来4:3或者5:4的显示比例拉到宽屏的16:10,画面看起来明显是失真。另外,如果是用来收看有线节目图像要么变形,要么在两边会出现窄黑框,就算加了机顶盒,也只能优化画质,但对画面的纵横比是没影响的。

不管怎样,更宽的“宽屏”时代已经到来,让我们和IT发烧友们一起期待吧。

努力缩小数字鸿沟 改善农民生活水平

微软助力中国农村信息化建设迈出新步伐

本报讯4月23日,由微软公司捐赠的“河南省漯河市信息化培训基地”正式揭幕。信息产业部、河南省政府与微软公司共同打造的“信息大篷车体验之旅”也同时启动,这将进一步缩小数字鸿沟,促进信息技术的普及应用,推动中国农村信息化建设。

在河南启动的试点项目中,微软捐赠了两辆信息大篷车,作为农村信息服务的载体,信息大篷车扮演了重要的角色。每辆信息大篷车上配备有16台电脑,并有专职IT指导教师。信息大篷车是“流动的信息技术培训教室”及“流动的信息服务站”。大篷车项目也已在四川成都展开。此外,在“河南省漯河市信息化培训基地”,微软还捐赠了50台电

脑,每台电脑都配有网络连接。当地农民可以在“培训基地”学习使用电脑,获取网络信息,从信息技术中受益。

在农民对信息的需求呈现旺盛趋势的今天,如何为农民提供满足他们需求的应用,让信息和信息服务在农民生活的各个领域都充分的发挥作用,是微软公司和信息产业部及地方政府共同努力的方向。

微软公司首席研究与战略官克瑞格·蒙迪表示,“微软致力于同政府和合作伙伴一起努力,帮助人们通过信息技术实现潜能,为众多生活在中国农村地区的人们提供更经济、更有价值的技术,为中国的社会繁荣和经济发展作出贡献。” (宋笑琳)



家居问答

如何选择室内门

问:我家正在装修,现在对市场上的许多室内门不是很了解,不知道该如何选购。

答:目前在装饰市场中,有关各种室内门的种类和特色繁多,有较为流行的精制铝合金门,有PVC浮雕塑钢门,有贴面包厢门,木质纤维模压欧式门,有各种木质胶合板贴面门,实木门等。

近日,记者走访了郑州市场,一位选购美心门的消费者谈到了他的选择理由,他说,根据他的市场调查对比,发现了美心门的以下优点:

●环保:美心钢木室内门钢板上不含甲醛、苯,无辐射、污染,免油漆、绿色环保。

●不变形:美心钢木室内门有隐形钢板的特殊处理,与木工做门相比,由于木工做门时材料与材料的接触都是靠钉和胶固定的,所以它的压缩力不够,没有机器的压缩力强,所以很难保证不变形。

●经济实惠:美心门与装饰公司木工做门价位上相比差不了多少,甚至还要便宜些。

●效果好:美心钢木室内门是机器生产的,相对手工做门图案更细致,工艺感更强。

●个性设计,专业化强:他要比手工做门灵活,从花形、颜色的搭配上可以自由选择,另外手工方面只能模仿成品门来做,所以它不像成品门一样引领家居潮流。

●安装快捷:手工做从配材料到油漆后需要很长时间,不像成品门只需要两天就行了,并且可以灵活调节宽窄高低等,自由安装,自由选择。

据悉,中美合资美心室内门通过ISO9001·9002国际质量体系认证,并在2004年获得国际“三A”型环境标志认证证书。美心室内门日产0.3万扇,销往全国各地和世界30多个国家和地区。

记者了解到,钢木室内门是结合市场需求推出的新型产品,是顺应“绿色”潮流应运而生的环保产品,它摆脱了传统实木门对天然木材的依赖,大大减少了对木材的使用,为世界多留下一点绿色。 刘磊