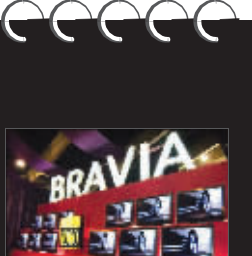


2007年最具感染力创新家电

创意让家电生活越来越丰富多彩。在2007年中,家电企业在技术、外观上创新不断涌现,让消费者真正感受到创意改变生活。记者从去年众多创新的家电中,选出了几款代表创新潮流的家电产品,和您一起分享。



索尼



海尔



海信



TCL



飞利浦



A.O.史密斯

索尼 BRAVIA W 系列
全高清液晶

在索尼07液晶电视新品发布会上亮相之后,W和D两大系列液晶电视机新品的部分型号已经于去年8月23日进驻各大家电卖场。10-bit液晶面板驱动技术,WCG-CCFL亮艳色彩背光源都赋予新品卓越的色彩表现。其中W系列也是去年索尼国内市场第一款上市的全高清1080液晶电视。

海尔洗衣机新“净界”

去年8月22日,海尔科技馆举办了海尔洗衣机“科技开放日”,来自全国各地的记者见到了海尔洗衣机即将上市的高科技产品——融合“洗净即停”、不用洗衣粉、双动力、空气洗等七项国际领先功能于一身的“净界”系列洗衣机,亲身体会到“科技”带给人们的享受和惊喜。

据海尔工作人员介绍,“净界”系列的“洗净即停”技术是海尔洗衣机最新的研发

成果,它采用全方位的光电检测技术,通过即时检测桶内水的脏污变化程度,来决定衣物的洗涤时间。洗净即停”技术的运用,有效地为用户实现节水、节电,还降低衣物磨损,磨损率降低约25%,省水约30%,省电约30%。

海信真+天翼平板获奖

日前,2007中国创新设计红星奖获奖名单正式揭晓,来自欧洲设计的海信真+天翼系列TLM42V69液晶电视摘得此项殊荣。据悉,该产品还将于11月作为中国彩电制造业的优秀代表赴韩国首尔参加2007韩国设计展。

来自欧洲设计的海信真+天翼系列平板电视在外观设计方面大胆突破,屏幕边框的设计突破了传统的形态,设计成圆润饱满的形态,同时,机壳还采用了高光注塑工艺,机身下方的有机玻璃装饰条为产品增添了艺术气息;在功能方面,它集光感变频背光系统、广色域、双流媒体、HDMI1.3、图像分析、音画同步等多项尖端技术于一身,功能优势非常突出。

TCL H78 系列专业
视听享受

TCL L42H78F液晶电视拥有满高清1920×1080的物理分辨率,高达10000:1的静态对比度及50000:1的动态对比度再配合自然光技术能实现屏幕上的分区域调解,以增加明暗不同区域中的画面层次感。120Hz刷新配合4毫秒反应时间能使拖尾合残影问题彻底解决,画面更加流畅清晰自然。

独特的4路CLASS-D功率放大器,分别配备独立高音、中音、低音和重音音箱,每种频率声音独立发生,更有利于对不同声音效果的优化,令伴音系统具有专业级的享受。

飞利浦 Gemini 无尘
袋系列

Gemini是目前市场上第一款面向现代家庭的储藏概念吸尘器,全系列产品针对不同需求更有8款细分产品供挑选。Gemini与传统吸尘器相比,不仅以造型可爱时尚胜出,在色彩方面也生动鲜明引人瞩目。

说起Gemini无尘袋系列,尤为值得一提的是它独特的旋风集尘技术,配合拥有1升大容量的透明集尘桶,不但免除你每每找寻尘袋的烦恼,保持双手洁净,更无需频繁更换,可谓一举数得。

A.O.史密斯金圭70
周年黄金纪念版

来自美国拥有130多年历史的国际热水器巨头A.O.史密斯,自落户中国以来,一直通过不断的技术创新来满足消费者的需求,为消费者带来国际高水平的热水器产品。

作为130周年黄金典藏机型升级版的D3系列热水器,她完美结合了行业尖端科技AES自适应节能系统、第三代变频速热技术、商用等级金圭内胆、24K镀金加热棒、金圭特护加热棒及DIY自助节能功能等十四项节能技术于一身,是电热水器中的至尊机型,让消费者能真正享受高科技带来的舒适热水生活。快报记者 杨坤

2007年度家电行业
出台的新政

“家电下乡”拉动内需

财政部与商务部在去年12月22日联合宣布,旨在扩大我国农村消费的“家电下乡”工作将在山东、河南和四川三省率先试点。三省农民将可以买到专为农村市场生产的限价家电产品,同时还可以从财政部门申领“家电下乡”补贴。补贴产品是由中标企业按协议生产的,共197个型号,贴有“家电下乡”专门标识。争取元旦前后上市,按产品销售价格的13%予以补贴。

点评:家电下乡,渠道随行,这给各类家电制造企业和渠道经销商都提供了新的机遇,整个经销渠道将呈现多元化趋势。此举,给家电企业降低库存成本带来了福音。对于农村市场来说,购买力不强一直困扰国内家电对农村市场的开拓,在一、二线城市市场争夺,带来竞争成本的逐年提高,此政策,特点在于软化家电供需矛盾。此外该政策既可转移出口能力,减少贸易顺差和贸易摩擦,又可消化家电行业过剩产能,扭转企业效益普遍下滑的势头。

平板电视“三包”出台

平板电视整机包修1年,包括显示屏在内的主

要部件包修2年,当等离子和液晶电视产品质量出现问题时,7天之内包退,15天之内包换。新标准从2007年12月起实施。

点评:为保护消费者权益,新规出台势在必行,但是在实施过程中,由于不是国家强制性标准,所以还是磕磕绊绊。今年平板三包标准能否顺利在市场上推行,真正起到保护消费者权益的作用,唯一的希望是,家电企业能够真正自律起来。

空调能效门槛09
年提至2级

2009年3月开始,将空调的能效门槛由现行的5级(能效比2.6)提高到2级(能效比3.2)。

点评:能效门槛提高,不仅使企业的生产成本上涨,而且技术难度也进一步加大,这将从源头上淘汰一批弱劣企业,有利于提高行业的集中度。此举对行业的良性、快速发展有积极的意义。对于市场,仍旧担心的是整合后,带来涨价担忧。

家电禁令

2007年7月1日起,任何企业不得生产以氯氟烃为制冷剂、发泡剂的家用电器产品,不得在家用

电器产品的生产过程中使用氯氟烃作为清洗剂。2007年9月1日起,任何企业不得销售以氯氟烃为制冷剂、发泡剂的家用电器产品。政策涉及了冰箱、冷柜、饮水机、电饭煲、电热水器等多种家电产品,但并不包括空调。

点评:这不同于曾经经历过的价格大战,它不仅是价格的提升,而是行业面临的质变,是一次大考,更是一次洗牌。此后,相继而来的就是制造成本的上升,产品价格的上涨,促销办法和售后服务的系统调整,不过记者了解到,禁氟带来白色家电涨价效应已是必然。

洗衣机须贴能效标识

2007年3月1日起,市场上销售的洗衣机的能效标识需贴在产品正面的右上方,标识上包括:生产者名称、产品规格型号、能源效率等级、耗电量、用水量、洗净比、检测依据国家标准编号等信息。洗衣机能效标识共分5个等级,级别越高,耗电量越大。能效等级1级为最高级。

点评:今年空调、冰箱、洗衣机等传统白色家电的价格将稳中有升,能效分级将有助于白色家电的价格分级。

快报记者 杨坤

解读惠而浦纤
逸滚筒洗衣机超级
洗衣6大特点

“外在小巧,内在博大”是对惠而浦这款新年贺岁档产品最形象的描述。以仅仅

44cm的纤巧身材,包容大至5.5kg的洗衣容量,更拥有全球领先的专业织物护理技术,是美国惠而浦家电集团为都市居民度身定做的一款家庭衣物护理好助手。

纤逸滚筒洗衣机超级洗衣
6大特点解析:

1.超薄外形:整机44cm(从前开门到排水管)的超薄设计,最大化节省家庭可用住房面积,能够随心放置于家居的任何角落;

2.超大容量:突破一般超薄机的5.5kg超大容量,一次洗净全家衣物,避免分次洗涤,省水省电省时间;

3.“第六感”智能洗护:惠而浦独有的专业洗护技术,能自动优化洗涤程序,将洗涤程序自动调节到理想的水位和时间组合,节能环保并带来最佳的洗涤效果;

4.超高转速:高至1200转的超高转速,体现出机器拥有良好的平衡稳定系统,强大的洗衣脱水动力,节省干衣时间,漂洗更干净;

5.独特抗UV:独有的抗UV涂层,不论放置在阳台还是洗手间,都能保持机器白色长达八年不变色;

6.专业羊毛洗:荣获“国际羊毛局”认证的羊毛洗护程序,权威认证,完全符合国际标准,可放心洗涤羊毛织物。

光影魅惑 情境交融
流光溢彩打造完美视觉

你一定曾在夜晚沉醉于绚丽的霓虹闪烁,也一定曾在清晨赞叹灿烂的朝霞辉映,那么你曾在家中沉浸于五光十色的光影流泻,感受色彩斑斓的瑰丽人生吗?其实,一台充满梦幻视觉的液晶电视就可以给你带来独特的视野,飞利浦流光溢彩电视将带你走进光影魅惑的唯美视界。

流光溢彩是飞利浦液晶电视的一项独门秘技,通过别具匠心地电视机背侧安装先进智能LED系统,能够配合画面内容散发不同色彩的光线,从而使画面突破屏幕限制,内外交相辉映,在视觉上不仅带来摄人心魄的光影氛围,还极大地拓展了视野,将观看者的视觉感受延伸到屏幕之外,带来身临其境的收视体验。

用它来看恐怖片,诡异的色彩随画面内容不断变幻,空气中似乎弥漫着紧张的气氛;若是分享浪漫剧集,则一定能感受到突破屏幕的甜蜜在流淌;而枪战、动作大片会带来更多视觉震撼……不难想象,置身在环绕四周的光影世界,飞利浦流光溢彩一定会有触动您心灵深处的观赏体验。

流光溢彩功能即使在不看电视的时候也可以打开,无论是家人的私密空间,还是好友相聚的热烈气氛,流光溢彩都能为你创造无法抗拒的光影魅惑。这个新春,把飞利浦流光溢彩电视搬回家,体验超级震撼的完美影音享受吧。

利用太阳能
推动环保节能

1月15日,地球太阳能与建筑一体化技术研讨会在南京召开。江苏省规定,从今年开始城镇区域内新建12层及以下住宅和新建、改建、扩建的宾馆、酒店、商住楼等公共建筑,应统一设计和安装太阳能热水系统。这项新政的出台将给江苏的太阳能市场带来新的机遇。

快报记者 杨坤

2007年家电消费不和谐榜

走过2007年,虽然消费升级带来了家电消费市场的空前繁荣,但是在消费领域中,仍旧存在一些不和谐的声音,给去年家电安全消费蒙上了一层阴影。

九阳豆浆机使用时爆炸

事件回放:山东南昌市民殷先生在使用九阳豆浆机时发生了爆炸。他家使用的这台豆浆机还是2002年买的,花了247元。2007年12月28日早上,豆浆机插上电不久就炸裂了。

山东九阳小家电有限公司南昌分公司负责人就此事表示,据他了解,豆浆机突然发生炸裂的原因很可能是消费者使用不当造成的,因为带病工作或干烧等现象很容易出现这种情况。最后,九阳方面提出给殷先生换一台新豆浆机,同时对灶台维修所发生的费用也给予赔偿。

点评:家电没有生命,不会告诉用户它“生病”了。如果是使用不当,为何在5年“不当”使用中都没发生爆炸呢。

苏泊尔电磁炉爆炸
产品撤柜

事件回放:常州消费者因从欧尚超市新购买的苏泊尔电磁炉发生爆炸而惨遭面部多处受伤,在多次调解无果的情况下,当地媒体及时介入曝光,消费者权益才得到一定的保障,同时苏

泊尔产品也被迫全部撤柜。

点评:“多次调解无果”,这是为什么?炸伤了人,还不认错,最后下场又是什么呢,撤柜。不想多说,只是希望2008年,它不要在扮演“炸弹”的角色了。

美的微波炉散发假
标准传单

事件回放:07年4月底美的微波炉在全国各大城市的家电卖场里,向消费者大量散发印有“中国蒸汽微波炉行业标准”字样的宣传传单。

该宣传传单页称,“美的蒸汽式微波炉由企业标准正式上升为国家标准”。促销员则对消费者介绍,美的蒸功能的微波炉生产标准已成为国内微波炉行业的首部行业标准。

由美的微波炉和电子科技大学共同起草的《家用微波炉 蒸功能要求及试验方法》,在2007年4月16日被中国标准化协会(CAS)确认为其协会标准。而《中华人民共和国标准法》中只将标准分国家标准、行业标准、地方标准和企业标准四个档次。根本没有什么协会标准。

点评:这让记者想起了“全国牙防组织”,一个给

牙膏做媒婆的组织,骗了所有中国消费者。美的,你也算个大品牌,就不要再玩这种丢人的把戏了。

“有毒”微波炉陷三
洋于诚信危机

事件回放:2007年11月14日,北京市工商局近日公布的对电子电器产品质量监测抽查结果显示,三洋微波炉(EM-2010EB1)没有依照SJ/T11364-2006的要求标明有毒有害物质或元素的名称和含量、环保使用期限。三洋微波炉(EM-2010EB1)还被检测出,部分零部件的铅、镉、六价铬和多溴联苯醚超出标准SJ/T11364-2006的限量要求,超标最多的一项超出有关规定约三十倍,三洋瞬间成了近期各大媒体关注的焦点。

点评:在关注整个事件发展中,三洋从否认到澄清再到有条件召回。三洋态度变化是可以理解的,不论放在哪个品牌身上,“危机公关”都是这样一个程序。不过让人不理解的是,三洋的“企业标准”为何和“国家标准”冲突,难道三洋用的是“宇宙标准”?

快报记者 杨坤