

# 符合省水节电消费理念 这个冬天 小洗衣机争当主角

随着天气的日渐转冷,洗衣机市场又迎来一个新的消费高峰。近日,记者在各大家电卖场采访时发现,3公斤以下的小洗衣机成为近段时间的热销产品,其以体积小、节能、省水等特点赢得了租房一族的青睐。

晚报记者 谢宽

## 市场:小洗衣机备受青睐

近日,记者在各大家电卖场的洗衣机专柜看到,在今年众多的洗衣机专柜中,小洗衣机均占有一席之地,品牌有美的、荣事达、海尔等。这些小洗衣机洗涤脱水容量大多是在1.5到3公斤,和普通大容量的洗衣机相比,他们显得小巧可爱,而且价格也便宜很多。“根据其功能的不同,这些小洗衣机的价位一般在1000到1500元左右。”卖场销售人员介绍。

据了解,前来购买小洗衣机的消费者一般都是单身或者租房一族,他们在选择洗衣机时首要考虑的是省水省电、方便卫生,冬天一般洗内衣比



较多,因此小洗衣机很受租房一族的欢迎。

家住农业路丰乐路的陈晓星是刚刚毕业的大学生,暂时还是租房一族。她看中了一款容量仅有3公斤的小洗衣机,价格大约1000元左右。她告诉记者:“天气逐渐变冷,冬天洗衣服是最头疼的事情,可是租的房子空间比较小,只能放置小体积家电,所以我想买小型的洗衣机,节能、省水,移动也非常方便,以后冬天洗衣服再也不用受罪了。”

## 前景:商家、厂家纷纷看好

“今年小洗衣机销量比去年有了明显的增长。”说起今年小洗衣机的销量,五星电器家电部顾问陈蓉显得十分自信。据介绍,小

洗衣机进入市场时间并不长,是针对公寓和打工一族的增多而研发的。“去年由于很多市民对小洗衣机的性价比不了解,所以销量不好,今年随着市民对小洗衣机功能和特点的了解,市场开始逐渐升温。”

小洗衣机市场的逐渐升温,使不少家电的生产厂商也看好这一市场,纷纷推出小型号洗衣机迎合市场的需求。据了解,目前在市场上推出的诸如荣事达“贴心宝贝”和美的“悦洗双星”系列的“mini精灵”、海尔“小小神童”等小型号洗衣机,在不同程度上增加了高科技含量,打破了一直以来人们对洗衣机“功能单一、费水费电”的印象,以节能为目的,同时兼顾呵护轻薄衣

物,增强去污能力,也免去了使用冷水之苦。

美的制冷家电集团事业部霍国旗经理在接受采访时表示,目前郑州市的城中村改造在陆续展开,在不久的将来,一些小户型的公寓楼会逐渐增多,从而小洗衣机的销量也会得到提升。“与此同时,各洗衣机生产厂家也会对小洗衣机进行改良出新,在以后的市场中,会有更多、更好的小洗衣机满足消费者的需求。”霍国旗说。

正如一位专家所说,小洗衣机不仅仅体现在体积小、价格实惠,更重要的是,符合省水节电消费理念。正因如此,小洗衣机才迎合了这些消费者的胃口,因此,今后小洗衣机将逐步成为行业中的主要角色。

# 海信真+天翼高清大平板 见证你的浪漫时刻

元旦将至,2007年迎来最后一个结婚高峰期。购买彩电准备结婚的新人也成为每个家电卖场最靓丽的风景线。从记者探访的本市几个主要的家电卖场产品销售情况来看,凭借突出的产品技术、功能、品质优势,海信真+天翼高清大平板成为新人首选的家电产品。由此,海信平板电视率先拉开了元旦、春节双节市场平板电视热销的序幕。

进入12月份,海信真+天翼高清大平板的需求量迅速上升,本月刚刚过去的十多天时间里一直热销。随着消费者消费水平的提升,人们在选择平板电视产品时主要看重的不再是单纯的价格,而是更多地考虑产品的技术、功能、品质优势。正是凭借着雄厚的技术实力、完备的功能及综合品质优势,海信作为中国民族彩电品牌的领军企业已经连续三年占据了国内平板电视市场的第一。消费者对海信平板电视品牌的认知度已经深入人心,尤其是对由海信欧洲研发中心顶尖级设计师倾力打造的真+天翼系列平板产品更是爱不释手,其突出的技术优势、卓越的产品外观品质感成为打

动一对对新人的关键因素。

海信真+天翼高清大平板实现了动态高清技术与静态高清技术的完美融合,画面清晰、逼真、细腻,运动画面流畅,无拖尾。同时,在外观设计上采用一次成型高光工艺,典雅、别致犹如天使之翼。在刚刚过去的2007年中国音视频产业技术与应用论坛上,凭借突出的核心技术优势一举获得了“2007中国音视频产业产品创新大奖”;同时不久前,还获得了中国创新设计红星奖、2007中国创新盛典工业设计奖等各项殊荣。从核心技术、产品品质两个层面,海信真+天翼高清大平板已经成为中国平板市场高端产品的经典力作。

家住本市的张先生与未婚妻一起在泰隆国美商城购买了海信TLM46V69天翼平板电视,他们准备元旦结婚,为了布置新房真是费了不少工夫,仅仅买电视这一件事就盘算了许久,最后在朋友的推荐下选择了这款天翼平板电视。“海信天翼平板电视为我们的新居增加了不少高档的品位,它那犹如天使之翼般优雅外观与浪漫色彩相得益彰。”张先生告诉高兴地说。李红卫

## 美的微波炉 为中国跳水队添营养保障

中国国家跳水队、游泳队喜获美的“蒸”营养帮助。日前,郭晶晶、吴敏霞、秦凯、齐晖等30多位领军队员接受了美的赠送的“冠军微波炉”。美的微波炉新闻发言人杨幸兵称,此次赠送的产品是目前美的推出的顶级微波炉,在美的产品中是“冠军”级的,运用了目前微波炉领先的“蒸食”技术,其烹饪的菜肴能够最大程度保持食物的营养。由于该产品是美的代表作,赠送对象又是冠军队员,因而被队员们戏称为“冠军微波炉”。

目前,中国跳水队和游泳队正在进行集中训练,备战奥运会。本次冬训,体能的强化和储备是很重要的一块,后勤保障是关键。美的为

中国水军送上“冠军微波炉”,是希望能够在饮食上对队员们有所帮助。据悉,为了帮助提高中国水军日常饮食的营养,美的还制定了“营养菜谱”一并赠送。对此,国家体育总局游泳运动管理中心李桦主任表示,美的作为中国最优秀的民族家电企业之一,他们的义举令人尊敬。

据了解,美的“冠军微波炉”是目前微波炉市场中在“蒸”功能上做得最好的产品,其蒸出来的菜肴最大限度地保持了食物的营养和水分,对处于紧张备战当中的中国水军非常有帮助。运动员对“冠军微波炉”靓丽、时尚的造型非常喜爱,一致表示,一定要全力训练,争取在明年拿下好成绩。唐丽华

# 与东芝结盟 海信科龙欲重划白电新版图

12月13日,恰逢海信科龙股权过户一周年。这使得前一天海信科龙公告的与东芝签订《电冰箱技术引入合同》颇具纪念意义。依据该合同,海信科龙将与东芝结成战略合作关系,东芝将在5年内为海信提供有关技术服务、销售模具和现场指导,以实现海信科龙旗下冰箱产品品质的提升;为此海信科龙也将向东芝支付

5800万的费用,作为回报,在合同签订后的1年内,东芝不得向中国本土冰箱企业提供相关技术和服务。事实上,海信科龙成为该技术中国本土冰箱企业的垄断者。

业内人士认为,海信科龙的技术研发实力原本在国内首屈一指,此次从东芝引进象征最高端的双制冷风冷式家用电冰箱技术,表面上看是向高端市场进军,

其真实意图则可能是利用已有的技术优势对东芝的技术加以吸收并创新,从而提升自身技术开发水平,使自己在与洋品牌竞争时拥有更加领先的技术优势。

据悉,海信科龙制造的“双制冷风冷式家用多门电冰箱”将于2008年3月在全国上市。

在科龙股权由广东格林柯尔过户给海信空调一周年之际,海信科龙宣布与

东芝此次的强强合作。业内分析人士认为,从短期看,此举反映了海信科龙打造产品核心竞争力的决心和用意;从长远看,则反映了海信科龙力图从最根本层面——产品层面努力而打造其白电战略的雄心壮志。随着海信科龙对东芝技术进行吸收、创新,使其占据了技术制高点,高端冰箱市场的版图重新划分无可避免。

晚报记者 谢宽 李红卫

# “豹”力美学 LG 唯美电视魅惑登场

今年8月,在平板电视领域占据了国际领先地位的LG电子,再次吸引了所有人的视线。这次LG推出的是两款名为“黑豹”的液晶电视,其艺术与科技结合的极致之美让观众无不赞叹。

LG“黑豹”系列液晶电视现在有32寸和42寸两款,型号分别为42LB9R和32LB9R。整个机身采用了经典的黑色设计,但散发着迷人光泽的钢琴漆表面又让这经典中多了一份灵动。机身外形也颠覆了传统电视方形的呆板线条,它的机身下缘是一条犹如新月

般的美丽弧线。在屏幕和底座连接处,则是这款电视与众不同的一处设计:一个圆润、精巧的横向旋转体结构支撑着屏幕的部分,就像是古代贵族手中的墨玉扳指,让整个屏幕好似悬浮了起来,堪称是设计师的神来之笔。更为绝妙的是,32寸这款电视的“扳指”,竟然是红色的!红黑两种颜色的经典搭配与巧克力手机、MINI和法拉利的的设计理念有着同出一辙,而同整个电视的风格结合之后,更彰显着“黑豹”出众的品位。

在一些细节方面,LG也



做到了精益求精。这款电视采用了相当前卫的隐藏式音箱设计,在保证整机流畅外观

的同时提供了完美的听觉体验。整机的超薄设计体现了LG的工艺实力,32寸产品仅厚

79毫米,从任何角度看都可以感受到“黑豹”的轻盈之美。电视机背后还设计了收拢连接线的真皮电线收集器,让它连接上信号线之后也还是简约整齐。

这款电视在技术上面的配置也无愧于它惊艳绝伦的外观。来自LG的S-IPS硬屏,使这款电视的对比度达到了10000:1,让画面的明暗变化间每个细节都纤毫毕现。响应时间最快达5毫秒,能够保证在显示高速运动的画面时不会拖尾。双HDMI接口的设置也能够充分满足高清时

代的需求。

LG“黑豹”系列液晶电视在完美融合了现代设计和创新技术的同时,添加了更多的灵感元素。它的研制成功再次体现了LG电子在平板电视方面的超强实力。LG执着于产品外观和功能的创新设计将在“黑豹”系列液晶电视上得到完美再现,其时尚和活力,必将使LG XCANVAS的品牌魅力再一次得到升华。业内人士分析,LG“黑豹”系列液晶电视的问世,预示着一个平板电视设计与技术并重的时代的开始。