

## 家电更新倒计时

## 老彩电换代“数字平板”划算



地面数字电视 视界由你主宰 LG70系列

根据中国电子商会最新发布的《2008 高清地面数字电视用户使用状况调查报告》显示,有72%以上的地面数字电视的消费家庭在选购高清地面数字电视产品前,主要是使用传统CRT电视机。

我国是CRT电视机的生产和消费的传统大国,CRT电视机的保有量约为4亿台。不过,根据上海家电维修服务热线962512最新公布的数据显示,国庆期间,传统CRT电视机的报修量占到了电视机产品报修总量的88%。那么,“换一部什么样的电视”的问题就落在了数以亿计的中国消费者面前。就此问题记者咨询了一些家电行业专家,他们不约而同提到“地面数字电视”。据介绍,地面数字电视也叫数字电视一体机,是数字电视领域的最新产物,也是当今电视科技应用的最高代表。它与普通电视机最大的区别在于可以通过无线的方式,接收、播放高清数字电视信号,使消费者在很大程度上摆脱了有线电视与付费收视服务的制约。而就在一年前,地面数字电视对于中国消费者还只是一个概念,直至今年2月,LG正式宣布量产,销售国内首款地面数字电视。全高清画质、5.1声道

立体声……地面数字电视拥有传统CRT电视和普通液晶电视所无法比拟的影音优势,而这些优势经过了北京奥运的全程数字高清转播,则体现得更加直观、明显。在十一黄金周市场的刺激下,地面数字电视也迎来了其首个销售高峰。据LG透露的数据显示,其旗下的LG70E和LG70F系列地面数字电视产品在国庆期间的销售量达到数千台之多。

不过,在很多还未开通地面数字电视广播服务的城市中,也有部分消费者认为现在购买地面数字电视还为时尚早。针对这种想法,LG的销售人员为消费者算了一笔账:作为家庭中使用频率最高的传统大件家电产品,电视机的使用寿命通常是5~8年。如果现在购买了普通的液晶电视,那么两三年后,当地面数字电视广播服务全面开通时,消费者就需考虑在原有电视尚能使用的情况下,再次升级购买地面数字电视。与其频繁更换,倒不如一步到位选择一台地面数字电视更加划算。另外,如果普通电视想接收到无线高清地面数字电视信号,就必须加装高清机顶盒,再加上线材等费用,需多花费两三千元,可市场中一台42英寸的地面数字电视与同尺寸段的普通液晶电视的差价也仅为千元左右。

此外,就目前市场上销售的地面数字电视的设计和性能而言,即便是在尚未开通地面数字电视广播的地区仍可正常使用。以LG70F系列全高清地面数字电视为例,它不仅可实现高清地面数字电视信号的接收和播放,同时还配备有传统电视信号的接收端口,用户也可以将其当做普通电视来使用,用来接收、收看有线电视节目。

而且,像LG70F这样一款带有地面数字电视功能的高清平板电视,其售价也基本与普通液晶电视保持在同一价位。如果您现在正面临着家中CRT电视即将淘汰,而又不知该选购何种电视机时,一步到位地购买地面数字电视无疑将是最明智、最划算的选择。

## 乐享美味 健康饮食



编者按

全家的健康是现代主妇们关注的重心。然而,如何能轻松愉快地将美味与健康带给你的家人?不如让我们走进主人公的生活,了解她的独到妙招。

主人公:陈女士

年龄:33岁

家庭状况:已婚,有一个5岁的儿子

工作:人事经理

收入:15000/月

健康,是这个时代的一个永恒话题。生活的节奏加快,压力加大,使得人们越来越关注自己的身体,崇尚健康的生活方式。作为现代女性,我最看重的,就是在工作之余,能为家人提供最为健康和美味的饮食,同时也不放弃享受和家人在一起的欢乐时光。

健康饮食首先要强调的是,确保食物的新鲜和营养。中国传统的烹饪方式有许许多多,煎、炒、炸、煮、蒸等,可以做出非常美味的饭菜。可是,往往在这个过程中,可能食物的营养就被牺牲掉了。所以,我特别注意烹饪方式和工具。幸运的是,我选择了飞利浦的电饭煲作为好帮手,它所特有的营养保温功能,为新鲜的米饭提供最佳的温度,从而可以长达12小时地保持新鲜米饭的营养和口感。自从用上了这个好帮手,挑食的老公和5岁的宝宝都变得特别爱吃大米饭了。“嗯,比外面香!”

有专业精神的主妇,不仅要做出营养美味的饭菜,还要把这个过程变得高效、轻松和简单方便。飞利浦电饭煲拥有24小时预设的功能,我可以按照自己的时间,来随意地安排煮饭这道工序,一点都不耽误事。除了煮饭,飞利浦电饭煲有多种功能,还可以烹制各种各样的食物,如煲仔饭、蛋糕、甜羹等。可别小看了

这些功能,不仅把我从厨房中解脱了出来,让我和家人有更多的时间相处,还把做饭也变成了一项十分有趣的事情。比如说,我会经常拉上儿子和老公一起做蜂蜜蛋糕,我和老公准备材料,宝宝用小手下按按钮,就这么简单,一切轻松搞定,欢笑也充满了生活。

水果和蔬菜的营养搭配是健康饮食的一个必不可少的部分,老公工作累了,牙齿上火,我特调一杯消除疲劳、清热去火的果蔬汁送上。宝宝长身体,我每天都为他特别准备一杯甜甜的混搭水果汁,补充多种维生素。至于自己嘛,更是尝试了不同的美容养颜果蔬汁配方。这些复杂的水果蔬菜混搭果汁都难不倒我这个专业主妇,用飞利浦的榨汁机来制作,简单方便极了。整个的水果和蔬菜只需清洗干净,无需去皮去核,直接放进超大的加料管就可以了。甚至,连坚果都可以作为榨汁的材料。每天一杯健康美味的果蔬汁,保持整天的好精神和好心情。

同时作为主妇和现代女性,我想要为家人提供美味健康的饮食,想要更多的时间与家人欢度,当然也想要有更好的精力来工作。这,就是我所追求的生活方式! 叶子

## 海尔电脑“润眼”获国家商标注册

“双润”战略推动PC行业进入高清润眼新时代



具有高清润眼技术的海尔最新雷神X7电脑

近日,记者获悉,海尔电脑“润眼”商标已经成功获得国家工商行政管理总局的注册认证。“润眼”的成功注册,意味着海尔电脑拥有“润眼”商标独家使用权,将大大提升海尔电脑的整体品牌含金量,对企业的无形资产也是极大的增值。

“润眼”成就海尔电脑 实现三级跳

海尔“润眼”电脑是在2005年针对顾客用电脑时“眼睛发干、疼痛、流泪”等难题开发的。凭借这款润眼电脑,海尔电脑一年内上升了14个名次,迅速跻身国内市场前六名,成为国内IT界上升最快的品牌,被誉为业界最黑的“黑马”,并使海尔电脑实现了从产品领跑、市场领跑到技术领跑的三级跳。

在世界尖端技术的支持下,海尔电脑以高清播放能力极强的宝蓝V9开山,率先提速进入高清领域。在与英特尔合作,国内独家首发45纳米酷睿二处理器的同时,海尔电脑推出的蓝光全高清产品“新极光”,以无铅处理器加上高清润眼屏,将健康使用理念推向行业新高。2008年暑期,新菱天雷四核机型提出了多任务处理的应用新标杆,将高清任务首次纳入家庭多媒体应用之中。11月18日,海尔电脑与英特尔携手推出国内第一款搭

载新一代酷睿i7四核处理器的雷神X7电脑。海尔电脑以一己之力,推动整个行业进入“润眼游戏,健康生活”的高清新时代。

提升品牌美誉度 海尔电脑推“双润”战略

海尔电脑的目标不仅是要做到产品差异化。在当前产品同质化严重的大环境下,海尔电脑还提出了适合IT行业的“润心服务”,并把润心服务打造成海尔电脑的亚品牌。“润心服务”的推出解决了用户上门难、超期维修、超保维修价格惊人、服务质量低等问题。

业内人士认为,海尔电脑“润眼”商标获得国家工商总局的注册认可,不仅是对民族品牌畅销产品的保护,也使得海尔电脑在行业内具备了竞争者所没有的品牌优势,凭借“润眼”商标及其带来的品牌辐射,海尔电脑“关注眼睛健康”的理念必将引发行业上下对于品牌竞争的再次审视和调整。 晚报记者 李红卫

## 大商电器:最高降千元

据悉,大商电器建设路店周年庆活动本周最后三天,如果有购买电器需求的顾客,此次大商电器主打活动为满1000直降100再送200。

购物满300元即可获得由中国平安保险提供的价值40000元的人身保险一份,购指定机型还可加送由中国人民财产保险股份有限公司提供的最高保额达29000元的家庭财产保险一份。购物单张发票满500元的顾客,即可到客服台参加抽37寸液晶电视活动,即开即兑,中奖100%,顾客有机会赢得37寸液晶电视等好礼。

购物每满1000元就直降100元,最高直降1000元。

购物单件满300元送迪士尼奇趣杯+洗洁精,满600元送迪士尼公主礼盒+洗洁精,满1000元送100元通用券+雨伞+迪士尼珊瑚毯。同名发票两件以上商品满5000元送500元通用券+珊瑚毯+迪士尼书包+艾韵DVD,满8000元送800元通用券+迪士尼五件套礼包+迪士尼冬被+美的电磁炉。 吴绍超

## 诺基亚“至IN晒场”区域决赛“开晒”

12月的天气虽然寒冷,但“诺基亚至IN晒场——我的时尚、手机打造”活动却热气逼人。该活动自9月份启动以来,受到无数时尚年轻人热捧,7日,在本市进行了城市决赛。

经过创意秀、才艺表演、机智问答、手机快拍四个环节,决出了城市冠军及最时尚气质、最个性两个单项奖。今年6月,诺基亚推出摩登波普时尚系列手机,拥有鲜艳色彩和迷人外形的随心换彩壳,可以配合自己不断变化的心情及服装。诺基亚“至IN晒场”活动正是基于这款手机而推出的。据悉,参赛选手的粉丝都在通过网络投票通道www.rayli.com.cn/nokia为喜爱的选手投票,获奖冠军选手除了获得Nokia7610s一部,还将与各区冠军一同晋级京城,参加时尚大片的拍摄。

## 经济“大寒” 斤斤“计较”

格兰仕微波炉成为都市白领“过冬”新宠

王蔚是一家外贸公司的业务主管,11月份开始从老板到职员午餐都是带饭,公司为了方便员工热饭,专门配备了两台格兰仕微波炉。王蔚告诉记者,现在下班一般都回家做饭,过去觉得做饭很麻烦,现在发现用微波炉做家常菜很简单,而且花销减少2/3以上,吃得卫生又健康。

随着金融风暴袭来,微波炉成为很多都市白领们过冬的“法宝”。记者在多家卖场看到,微波炉销售逆势走红,70后、80后的上班族成为购买主力。记者在世界微波炉龙头企业格兰仕了解到,截止到11月份,格兰仕微波炉在中国市场销量同比增长超过56%。有关商场的负责人告诉记者,并非所有的

家电都遭遇“冷冬”,虽然消费者的消费能力有所下降,但是人们对于生活必需品的需求并没有改变。据了解,在经济低迷的大环境下,消费者普遍看重微波炉的性价比以及功能的多样化。记者在各大卖场看到,千元以下的微波炉卖得最火,如格兰仕“中国红”系列已成为今年最畅销的微波炉。

有消费者对记者表示:“虽然以前在家没做过饭,但格兰仕微波炉炖烤煮蒸等功能样样齐全,而且操作比较智能化,没做饭经验的人也能便捷地做出可口的饭菜来,省钱、省时也省事。”

业内人士分析,经济危机直接影响到了人们的收入水平和消费习惯。在餐馆吃饭普遍



存在花费高、卫生无保证等问题,因此越来越多的人选择回家做饭,而格兰仕微波炉凭借其快速、方便、卫生、节能的特点,成为首选烹饪工具。

目前,格兰仕在保障热销的“中国红”等系列热销微波炉货源充足的同时,还分别联合各大流通巨头推出了大型主题促销活动。不少消费者表示,买微波炉肯定首选格兰仕,一是产品质量,二是品牌知名度,更受吸引的是物美价廉的口碑和信誉。 晚报记者 李红卫