

即日起至7月31日,凡国话尾号、手机尾号、车牌尾号、身份证尾号为61或8的读者,144元订一份全年《郑州晚报》,将可能获得订报款61倍或8倍的大奖和惊喜

创刊·改版季 每年五、六、七
创刊61年 改版8年

郑州晚报
B07
第一家电

2010年6月25日 星期五 主编 朱江华 编辑 樊无敌 校对 亚丽 版式 王艳

大商电器年中感恩盛典明日启幕



天气炎热,使得消费者纷纷前来购买空调

6月26日至28日,大商电器再升温!年中感恩盛典震撼启动,大谢三天,广大消费者在“中场休息”时依然能购买到实惠的家电产品!

晚报记者 樊无敌/文 赵楠/图

年中庆典 创淡季家电销售旺季

一般来说,传统的节日或者固定的假期是家电销售的黄金期。

本来年中的淡季一直是总结上半年业绩、开启下半年销售的休整阶段,而大商电器一反常态,在近几年全力推出特色年中庆活动,全新的销售模式、超低的商品价格、众多的特惠活动……不仅让商家找到了淡季热销的良方,更为广大消费者体验全年无休息购物的方便,在绿城率先树立起“年中庆典”的大旗。

众多品牌 齐聚“家电世界杯”

据了解,本次年中庆活动大商电器百余家

店面全部参与,为广大消费者购买家电产品提供充分的便利。大商电器连连抛出巨额订单,进行全球采购,为此次活动“量身订制”了大量质优价廉的家电产品。同时,西门子、LG、海尔、海信、三星等国内外知名品牌鼎力加盟,各品类大力齐放送。

世界杯期间,彩电在保证资源足、品种全的基础上,高清、无脱尾、大屏幕……充分满足广大球迷的赛事需要;冰洗产品也是应有尽有,洗干一体机、法式对开门、电脑控温三开门冰箱等;电脑、数码、手机纷纷推出多款组合套餐,适合不同人群的消费需求;厨房电器主推环保低碳产品……一场以家电

3D欧宝丽销量增长50% 长虹58英寸3D欧宝丽亮相郑州

在刚刚过去的端午小长假期间,长虹3D欧宝丽等离子借南非世界杯之势,凭借欧宝丽产品卓越的性能,销售增幅同比增长50%,是去年同期的3倍之必。世界杯开战,欧宝丽热卖,这其中有什么必然的联系吗?

长虹3D欧宝丽电视,以更清晰的画质,更自然的效果,更丰富的层次,为3D发展提供了最佳搭载平台,从而成为3D电视与世界杯的完美绝配。据相关人士介绍说,“长虹3D欧宝丽”已经在申请商标注册,这也是彩电行业首家有资格将3D使用到自己商标上,中国电子商会

评价称“长虹欧宝丽3D电视通过每秒60帧画面,每帧10次子场高速扫描,实现600Hz子场驱动,使图像更加清晰、自然、立体感更强”。

另据悉,长虹58英寸超大、超薄3D欧宝丽将于本周华丽亮相郑州,600Hz子场驱动,每秒60帧画面,每帧10次子场高速扫描,实现单点对多点显像的3D电视你现在就可以亲临体验,其中豪华版新品58英寸3D欧宝丽原价29999元,体验价25990元,再送价值8000元3D豪礼,大众版50英寸3D欧宝丽7990元,42英寸3D欧宝丽5990元,均有3D大礼包相送,亲民版的50英寸

为主题的“世界杯”赛事全面打响。

力度空前 全力冲刺半程冠军

多年的经营当中,大商电器始终坚持“诚信重于泰山”,从点滴细节上让绿城消费者真正感受到对河南父老的一片深情。此次庆典期间,不论是在产品质量把关还是在售后服务的完善上,都会让消费者享受到更多的人性化服务和维修保障。同时,活动期间增设十辆物流车及多名送货安装人员,保证送货安装及时,更保障了偏远地区的百姓也能够享受到方便快捷的送货服务。质延保服务更让消费者放心购买,无后顾之忧。

届时,这些家电产品将以超低的价位和丰厚的赠品全面推向市场,势必在短时间内引起郑州家电市场的价格“雪崩”。消费者能享受到超低的价格,为您节省一笔不小的开支。大商电器的相关负责人表示,与往年相比,受世界杯、世博会等影响,6月家电市场出现了难得的火爆场面。大商电器年中庆典的适时推出,特惠盛宴的全面升级,让广大消费者品尝真正的实惠,大商电器在活动期间将陆续推出更多特惠活动,更多精彩尽在大商电器年中庆典!

欧宝丽护眼电视更是打出了4990元的特价,超惠型42英寸欧宝丽3990元超值又超惠。另外,在世界杯热战之际,长虹“3D欧宝丽”杯2010实况足球比赛本周开踢,所有热爱足球的读者都可报名参加,最高可赢取50英寸超大欧宝丽护眼电视,详情请至市区各大卖场长虹专柜咨询,也可拨打400-811-7605进行咨询。晚报记者 朱江华

消费者看世界杯最佳购机公式:
胡先生:长虹3D欧宝丽+世界杯=绝配
刘先生:啤酒+毛豆+长虹3D欧宝丽=世界杯超级享受

每周声音

侯自强:制定互联网电视标准为时尚早

现在制定互联网电视的标准时机根本不成熟。所以需要实践几年,观察技术的发展,从而确定互联网电视是采取客户机服务器服务还是浏览器/服务器模式或是两者兼有。中国科学院高级研究员侯自强就“互联网电视标准”时如是说。

姜风:“无氟”空调对臭氧层无害

无氟空调确实对臭氧层无害,从这个意义上来看,企业宣传的无氟概念没什么问题。中国家用电器协会理事长姜风就“真假无氟之争”时回应说。

李莉:物联网家电还需三五年

目前物联网家电行业标准缺失,整体上下游商业模式并未成熟,物联网家电从科技走向真正商业化尚需三至五年。海尔集团U-home本部总经理李莉就“家电企业抢滩物联网”时称。

蔡莹:新一级能效空调旺季冷清

新一级能效空调只是企业调整产品结构的手段,却未必是能拉动终端销售的走俏产品。因为新一级能效空调更适合调整企业的产品结构,即使上市,估计产品比例也不会很大。国家信息中心信息资源开发部市场信息处蔡莹处长就“市场难觅新一级能效空调踪影”时表示。

余智敦:看好LCD市场需求

今年全球LCD玻璃市场规模将会较去年成长18%至27%。为了适应中国大陆面板市场强劲成长,康宁将投资兴建玻璃熔炉,确切的时间、地点,会在下半年公布。康宁总经理余智敦就“启动工厂扩建计划”时表示。

张素兵:3D电视国标正在制定

中国电子技术标准化研究所已经着手制定3D电视相关标准目前正在对产品做针对性测试。中国电子技术标准化研究所张素兵就“3D电视标准时间表”时透露。

大卖场,电动车销售新模式?

在中国这样一个“自行车王国”,电动车的市场空间是值得期待的。记者观察发现,郑州乃至河南省的电动车市场正处于快速发展阶段,然而这块大蛋糕在众人争抢过程中又存在哪些问题呢?消费者面对火热的销售市场会做出怎样的选择呢?他们又有什么样的困惑?

晚报记者 樊无敌 文/图



天剑电动车卖场门前夜景。

千言万语道不尽郑州电动车零售之痛

说起郑州电动车市场,就不得不说郑州电动车的发展轨迹。正如其他成熟行业一样,电动车行业也在经历着萌芽、快速发展、良莠不齐、蜕变与整合的过程。在机会充分的基础上,市场能量快速释放,短期利益的攫取者与消费者之间展开了不平衡的博弈。这个行业的泡沫变局是惨烈的,对相当多的短期利益攫取者来说,结局如跌落沙滩的末势水浪。

作为主要销售场所的电动车卖场,更是问题重重,值得注意的是,郑州市电动车销售商往往都是十几家甚至二三十家地集中在五六十米左右的路段,即便是作为业绩最好成绩的黄河路市场的电动车代理商也集中在大约不足百米的路段上。

“经营商户大多采用的是单店经营、散户经营,没有形成足够的规模和影响力。存在着管理混乱、品牌效益不突出、普通老百姓对电动自行车行业不甚了解等问题。”河南省社科院副院长刘道兴认为,“在此情况下,要满足巨大的市场需求,创造一个品牌电动车较集中的批发零售市场,就显得尤为迫切,而即将开业的天剑电动车自行车大卖场就是一家为电动车零售商提供统一服务的卖场。”

电动车走大卖场之路是趋势

“现在的电动车行业已经进入品牌之争阶段,一些小品牌今天进来明天走,最后吃亏的还是消费者,所以天剑提高了进驻门槛,完善市场售后体系,保障消费者的利益。”天剑电动车自行车大卖场董事长王瑞祥说,万事开头难,做任何事情都要经历磨难,经营电动车大卖场毕竟也是一个新的尝试,困难不言而喻,但要迎难而上,挑战心理和生理的极限,而且没有退路。

电动车也要走家电零售的路子,业内人士怎么看呢?“大卖场是电动车下一步从单品牌经营向多品牌经营的一种新型的发展模式。”河南省电动车商会副会长施积兰表示卖场中品牌众多,有利于消费者广泛选购;品牌卖场双向服务,售后服务更有保障;品牌不同,档次不同,价格相对透明。“现在郑州以外的一些市地,已经有不少商家开始采取大卖场经营模式。”施积兰介绍说,大卖场是电动车零售的一种趋势。今后,单一品牌单打独斗的销售格局正在逐步被大卖场所取代。

施积兰提醒,作为一家新开的卖场,天剑卖场负责人应把好各品牌进场手续这一关,加强内部规范化管理,提升全员的服务意识,杜绝杂牌品牌和无正规手续的品牌进驻卖场,维护好卖场形象,只有这样才能走得更长远。

炎夏来临 冰箱保鲜节能更重要 松下创新风直冷和变频技术引领高端市场

随着气温的不断攀升,冰箱进入了销售旺季。各大家电卖场展台前都人气旺盛。由于夏日蔬菜瓜果以及饮料的存储较多,消费者对冰箱的保鲜、制冷和节能水平特别看重。Panasonic冰箱凭借多年积累的技术经验,以及在中国市场十余年来树立的品牌形象,在众多冰箱品牌中深受高端消费者的信赖与喜爱。今年Panasonic推出数款具有风直冷和变频技术的冰箱,在保鲜、节能等方面表现出众,更是非常热销。

6月12日至18日由国家发展改革委等14部门联合举办了以“节能攻坚、全民行动”为主题的全国节能宣传周活动,对大家选购低碳节能的变频冰箱也起到了很大的推动和促进作用。

创新风直冷技术 食物保鲜各得其所

作为一款冰箱产品,消费者最关心的自然就是食品的保鲜效果。Panasonic技术人员介绍, Panasonic出众的保鲜效果正是得益于其独特的混合制冷方式。众所周知,冰箱按制冷方式划分为直冷式冰箱与风冷式冰箱,直冷冰箱易结霜,风冷冰箱则易出现“风干”现象。Panasonic集二者所长,突破性地研发出风直冷技术。与普通冰箱相比,省去了人工除霜的麻烦。冰箱冷冻室内设的蒸发器,通过风扇和风道将冷气送到冰箱的各个位置,由于蒸发器不和食物直接接触,可通过加热系统对蒸发器短时升温,融霜后马上恢复制冷,冰箱内的温度波动极小,时刻保持干净清爽。与普通冰箱相比, Panasonic冰箱避免了空气流动造成的水分流失加快,实现了食物间冷藏保湿与冷冻无霜一体化。

两种制冷方式优势互补,保鲜效果也更加出色,冰箱内部不仅干净清爽,而且大大避免了食物粘连、串味的现象,食物的水分和营养也得到了有效的保护,真正实现了不同食物保鲜各得其所。“冰箱的保鲜功能非常重要,不同冰箱还真不是效果不一样。过去把新鲜的水果放进冰箱,没几天就皱巴巴了,没有多少水分,口感也不好;自从换了台风直冷冰箱,水果放进去几天都没什么变化。”松下风直冷冰箱的使用者王女士说。

技术领先、时尚外观 彰显高端品质

高品质的冰箱不仅要功能强大,更要让消费者使用起来舒心、贴心。节能省电,这

一点则必不可少。Panasonic冰箱采用了自产的直流变频压缩机,在保证整机的高素质与一致性的基础上,拥有更加稳定的制冷能力,在节能、降噪等方面也表现出色。

在外观上, Panasonic作为日系产品的代表,一直以简约演绎时尚,将格调更为美学原则,引领家电新潮流。Panasonic冰箱也秉承其简约的风格,追求细节上的一丝不苟和人性化。造型简单优雅,做工精良,线条流畅,庄重典雅又不失时尚现代。

除了在保鲜、节能、外观等方面领先一步, Panasonic冰箱在智能技术和产品品质上也是一支独秀。今年的几款Panasonic冰箱还特别搭载了“智冷导航”功能,通过智能化的感温、控温,使冰箱也有了智慧的“大脑”,不仅能精确感知环境温度,还能根据冰箱门的开关情况以及温度变化自动调节制冷水平,从而有效降低能耗,确保最佳保鲜效果。而面对夏日临近,气温上升, Panasonic冰箱特有的自动制冰功能和冰块感应装置,更让消费者在家就能享受冰镇饮品的清凉。

Panasonic冰箱在平日的销售状况就不错。端午小长假销量更是大幅上升,其中具有“智冷导航”功能的几款冰箱凭借科技、环保等优势再度成为高端冰箱市场中的明星产品。

对此,业内专家表示,面对高端市场的巨大潜力和技术升级的持续动力,产品的核心技术将逐渐成为高端领域制胜的关键。Panasonic冰箱正是凭借技术创新和高端品质,才一次次抢占市场先机,赢得了消费者长久的信赖。

