

家电“以旧换新”也要货比三家

除了国家补贴,商场本身还有优惠

业界资讯

广电总局王效杰:

卫视高标清同播 坚持免费

8月23日上午消息,国家广电总局科技司司长王效杰在接受新浪科技专访时表示,卫视高、标清同播频道坚持免费有益高清发展。对于以后新增的高清频道,则仍按市场规律运作。

高、标清同播是指同一频道内容,同时采取高清和标清方式播出。广电总局网站8月10日发布了《广电总局关于促进高清电视发展的通知》,明确中央电视台第一套节目和北京卫视、上海东方卫视、江苏卫视、湖南卫视将在9月28日进行高、标清电视节目同步播出。这些频道将不会向用户额外收费。

(新科)

武汉家庭宽带率先提高至 20M

眼下,当国内其他城市家庭眼下还使用个位数速度的家庭宽带时,武汉网速一跃奔至全国第一。从本月开始,中国电信武汉分公司推出 20M 家庭宽带服务,其速度比现在家用 ADSL 快 10 倍。

(新华)

微软将把 Windows 7“丝带”用户界面移植到 Vista

据微软开发人员网站披露,微软计划将 Windows 7 中的“丝带”(ribbon)用户界面移植到 Windows Vista。

微软在开发人员网站上称,微软计划在 Windows 7 的推出的同时,在 Windows Vista 中支持这个功能。微软还称,它将在 10 月 22 日向全球发布 Windows 7。

这个“丝带”框架是 Windows 7 图形展示层的一部分,是一个使用页面上方的可视化指令条,引导用户使用菜单项目和工具条的一个界面。这些项目过去都隐藏在下拉式菜单中。

(新华)

业界调查

网上购物 呈现三大新趋势

电子商务在我国已经有了 10 年的发展。专家称,网购市场目前呈现出三大新趋势。

“网货”加速品牌化。外贸转内销企业是“网货”的重要来源。经过多年的国际品牌代工制造,他们的产品具备了“网货”的基本要求——货真、物美。随着“网货”成为网购消费的热点,一批明星“网货”率先在网络上实现品牌化。

“主流品牌”网销化。2008 年以来爆发的全球金融危机加速了主流品牌转向网络销售的进程,其中既有联想、宝洁、优衣库、戴尔等国际知名品牌,也包括李宁等国内著名品牌。2009 年 7 月,联想在淘宝商城的官方旗舰店的单店单月销售额突破了 1000 万元。数据显示,2009 年上半年,淘宝企业级商户平台“淘宝商城”交易额呈快速增长之势,到 2009 年上半年,“淘宝商城”月交易额是 2008 年年底的 3 倍。这一速度不仅远高于线下传统卖场销售增长,也高于淘宝交易的平均增长速度。

“主流消费”网购化。数据显示,2009 年上半年,家居日用类商品销售的数量和金额均是 2008 年全年的两倍以上。家居日用类商品 2009 年上半年首次登上销售排行榜第一名,与 2008 年年底相比跃升了 3 个位次。

(经参)



■建议准备通过以旧换新购买新家电的消费者,先货比三家,选择优惠让利最多的卖场,然后再加上以旧换新的国家补贴,就可以尽可能地争取到更多优惠。

自上月初家电以旧换新实施办法出台以来,全国 9 个试点省、市陆续开展五大类家电的以旧换新活动。购买这五大类家电时,凭同类旧电器可以获得 250 元~400 元不等的国家补贴。不少消费者以为通过以旧换新的方式购买新家电时,享受了国家补贴后,就没有卖场原来的优惠及折扣,其实不然。虽然以旧换新实施办法规定了五大类家电的国家补贴上限,但并没有限制家电厂商及卖场同时给予其他的促销优惠。

财政部、商务部、工信部等 6 部门 6 月 28 日联合下发的《家电以旧换新实施办法》(下面简称《办法》)规定,在政策执行期内交售旧家电并购买新家电,均可享受以旧换新

资金补贴。消费者交售旧家电并从中标家电销售企业购买新家电,就可申请财政资金补贴,补贴按新家电销售价格的 10% 给予,补贴上限为:电视机 400 元/台,冰箱(含冰

柜)300 元/台,洗衣机 250 元/台,空调 350 元/台,电脑 400 元/台。《办法》虽然规定了优惠额度和最高优惠上限,但并没有对中标企业和商家的家电产品实行统一指导价。

新品推介

车载 GPS 双模时代来临



近日,国内著名移动通信导航设备及网络解决方案提供商——厦门雅迅网络股份有限公司正式宣布,其精心打造的业内首款支持 SIM 卡功能的双模车载 GPS 导航仪——“雅迅 T818”正式在全国上市。作为第三代移动导航产品,这款产品同时有本地地图导航与联网实时地图导航的双模导航模式;支持 SIM 卡功能的独特设计;车载免提、车载蓝牙、车载电话和车主手机都可免提通话;增加自驾游路线选择,可以实现自驾车队的车车对讲等智能人性化设计,不仅将导航与通信进行了完美的结合,同时还将以往单纯的 GPS 导航革命性地提升到完全实现人机交互的无缝链接式导航服务。

小提琴造型电话



如果不是有电话线漏底的话,看图还真以为是小提琴一类的摆件。这可以说是少数既兼具逼真的外形,又可以保证握持电话话筒的设计。但就不知道,有没有小提琴所拉出的音乐铃声,如果有的话,那就更完美了(虽然看来应该是不会有)。

该机售价为 21.64 美元。

家电课堂

家用中央空调渐成主流

中央空调是如何分类的?何种中央空调产品才更适合家庭用户?如何选购一款适合自己的产品?现从技术层面到家居应用层面,为准备装修采购的朋友提供一些参考。

中央空调大体上可以分为水冷式、地热泵式以及冷媒式 3 种类型。水冷式中央空调,顾名思义就是通过水作为介质来完成居室制冷和制暖,其优点在于制冷和制暖效果稳定,缺点在于后期维护麻烦、成本偏高。

地热泵式中央空调利用的是热辐射的原理,装修时预埋于地表面,温度变化慢,但分布均匀,居室的整体舒适感较好。但这种方式对

于地面装修材料的要求较高,由于温差的变化容易引起变形。

相比之下,冷媒式中央空调回避了以上两种产品的问题,并且优势明显,已经成为市场上的主流家用中央空调类型。安装便捷、易维护、节能环保、运行成本低、舒适度较高等,都成为冷媒式中央空调的特点。

就以上 3 种类型的中央空调来说,较为先进的冷媒式中央空调更加符合现代家居的需要,也成为家庭用户最为理想的选择。

冷媒式中央空调可分为多联式中央空调和一拖一结构的中央空调。多联式家用中央空调一般应用于别墅等缺少空调位,房间内空调全部开

启时间较长的用户,多个房间的室内机连接于 1 台室外机,其最大的特点在于 1 台室外机即可满足整体房屋的制冷、制暖需求,室外机在室内机所需制冷量的功率上运行,不开的空调不耗电,运行成本大大降低。此外,集中控制、舒适控温、节能环保等都是多联机的突出优势。

一拖一结构的家用中央空调产品的适用范围更加广泛,适用于各种房型。它不受房间户型、层高等限制,只需要配合家装同期进行即可灵活安装。1 台室内机和 1 台室外机的组合,让很多小户型的用户也享受到中央空调无可比拟的美观、节能和舒适。

(晚晓)