

三大领先科技引领高端冰箱消费趋势

美的推出超大容量对开门冰箱新品

古语有云:有容乃大。逢年过节,家家户户都置办了不少的食材,如何存放这些食材就成了大家共同的难题。鸡鸭鱼肉、新鲜瓜果,各式各样食物的存放也让人们越来越重视冰箱的容量了——美的超大对开门冰箱BCD-603WKMA就是人们最好的选择。

美的超大对开门冰箱BCD-603WKMA具有603L的超大容量,采用全立体风冷无霜制冷系统、电脑精确控温系统和原装进口直流变频压缩机三大领先科技,引领大容量高端冰箱

消费趋势,为我们带来了更大的空间,留给家人多点新鲜、多点关爱。该型号冰箱曾经在国庆期间进行过试销,取得了非常好的市场反应。

据了解,美的超大对开门冰箱BCD-603WKMA传承现代设计风格,采用银灰不锈钢拉丝无痕面板,简约富有灵性的欧式外观,力求科技与人文的完美融合;采用最新无霜技术的风冷系统,360度立体送风,均衡冰箱每个角落的温度,带给食物全方位的呵护;采用

电脑精确控制各温室的温度,速冷、速冻双重程序,让您随时随地全程细致掌控,精益求精的保鲜科技,带给家人最原鲜的爱。

此外,独具匠心的设计藏于每一处细节,人性化关怀无处不在。该款冰箱存取自如的滚轮式导轨抽屉、温馨的自动报警功能、独有的异味除臭装置,还有独特的门上制冰设计。同时,603L的超大容积,更多的储藏空间,趋近生活所需,带给食物更合理的布局。

(刘鹏省)

大商电器将举行
圣诞购物狂欢节

临近年终,信阳家电价格战越演越激烈,而圣诞节的到来无疑是很好的“爆发点”。12月21日至25日期间,大商电器将携手全球500个家电品牌,全面启动年底最后一轮“秒杀战”,让国内外数百品牌在大商电器卖场同台PK。此外,还有岁末大团购、疯狂大返券、购物小票抵现金、豪礼大派送等一系列的促销活动同时上演。

据介绍,美的、三星、海尔、格力、大金、LG、松下、索尼、创维等数百家电品牌,将低价打响价格战,给消费者带来全新的低价盛宴。同样是200元的加湿器,美的和亚都直接PK,同样是3000元的节能空调,格力和美的也将会直接“过招”,而选择的权利则交给广大消费者。圣诞节期间,大商电器将拿出各种特价机型以及2012年新品进行3天“大放价”,包括低至几十元的小家电、直降千元的LED电视、跌破7折的冷暖节能空调,以及持续畅销的取暖家电、洗衣机、3C产品等。

在圣诞期间,大商电器的庆典活动共分为:买就送、逐级赠、大商直降、大套购等多种让利形式。大商电器将秉承“打造信阳最便宜、最放心的电器商场”的一贯宗旨,活动期间的全部家电产品将启动“元旦全程保价”程序,以保证顾客所购买的商品价格不高于元旦促销的价格。

另外,没赶上上周新玛特店的会员答谢活动的顾客,大商千盛店将在12月14日至16日启动新一轮的会员答谢活动,大商电器全场10倍积分再次来袭,购物满300元即可参加刮刮卡抽奖活动,百分之百中奖,最高可赢取10克金条。

(张海申)

智能手机的安全隐患多



智能手机越来越普及,微博、微信等平台的影响越来越大,人们发现,信息获取与发布更加便捷,时空距离也“缩”得更短。但值得警惕的是,信息技术应用的“双刃剑”特性正显露出来,智能手机安全隐患、微博虚假广告、微信犯罪等问题也走入你我的生活。

(据《半月谈》)

全国连锁
大商电器

您一辈子放心选择

千盛百货负一楼(一店)
新玛特六楼(二店)

看不见的食物“杀手”

冰箱也会藏污纳垢

很多人的饮食习惯都存在着误区,简单认为冷冻的食物就是安全的,就是没有细菌的,其实这是个大错特错的想法。

不少细菌在冷藏、冷冻条件下不会死亡,有的细菌则喜欢在低温下生活、繁殖,例如使人发生严重腹泻、失水的嗜盐菌,可以在零下20摄氏度生存11周之久。所以,冰箱里存放的食物应尽快吃完。

冰箱保存食物的常用冷藏温度是4℃至8℃,在这种环境下,绝大多数的细菌生长速度会放慢。但有些细菌却嗜冷,如耶尔森菌、李斯特氏菌等在这种温度下反而能迅速增长繁殖,如果食用感染了这类细菌的食品,就会引起肠道疾病。而冰箱的冷冻箱里,温度一般在零下18℃左右,在这种温度下,一般细菌都会被抑制或杀死,所以,这里面存放食品具有更好的保鲜作用。但冷冻并不等于能完全杀菌,仍有些抗冻能力较强的细菌会存活下来。所以,从另一个角度来说,冰箱如果不经常消毒,反而会成为一些细菌的“温床”。

在这里,笔者提醒您,食物的存储时间不能过长,最好做到随买随吃,因为贮存时间过长,既影响食品的鲜美,又易产生异味。还有一些水果,如香蕉、苹果等,如果放久了也容易变质,一旦变质就会散发出一对人体有害的气体。冰箱里的食品也不要存放过多,这样会让食物的外部温度低而内部温度高导致变质。(据万维家电网)

日本电视巨头困境加剧

甩卖30亿美元资产

时下,由于困境加剧,索尼、松下、夏普三大日本电视巨头纷纷甩卖资产,总额高达30亿美元。

甩卖资产

松下拥有1000多万平方米办公室、厂房、员工宿舍以及橄榄球队、棒球队和女子体操队的体育设施。

年关将至,在争夺消费者的购物季开支时,这家困境重重的电子巨头也在为部分资产寻找买家,希望压缩固定资产、提升现金流,以应对不断加剧的竞争,尤其是来自三星等韩国竞争对手的挑战。

另外两家困境重重的日本电视厂商——索尼和夏普,也在开展所谓的“车库甩卖”,希望通过出售办公楼和各种业务合计融资30亿美元。

松下CFO河井英明表示,到明年3月底前,松下计划通过出售资产和其他日本企业的股票融资13.4亿美元。

“我们在国内和海外拥有很多土地和建筑。”他在大阪总部接受媒体采访时说。虽然他拒绝透露待售的资产名单,但却表示,多数都位于日本。他还补充道,松下约有四分之一的融资将通过抛售其他公司的股票来获得——这种交叉持股的方式在日本很常见。

河井英明表示,倘若现金流低于2000亿日元,该公司还将在明年4月开始的财年内出

售更多资产。松下总裁津贺一宏曾经承诺关闭或出售利润率不足5%的业务。这些出售行为最早有望于明年4月开始。

现金为王

这三大企业的评级均遭债务评级机构下调,导致他们在资本市场的融资难度进一步加大,从而加剧了出售资产的紧迫性。

惠誉分析师阿尔文·利姆说:“出售资产对债务评级有利,因为对这三家公司而言,此举将降低固定成本,也可以减少资本开支需求。最终,这将提升他们的营业利润率,更重要的是,可以增加现金流。”

惠誉上月将松下和索尼的债务评级分别下调至BB和BB-,这也是首次有大型评级机构将这两家公司中的一家下调到垃圾级。夏普目前的评级为B-,加大了该公司的借贷成本。

“我们给松下的评级是投资级,因为它拥有各种融资渠道。出售资产可以避免增加借贷总额,这也将成为一种选择。”标准普尔分析师说。

尽管韩国竞争对手还受益于本币贬值,但日本电子和信息技术行业协会的数据显示,日本去年的消费电子设备产值略高于150亿美元,而十年前却高达190亿美元。9月的产值仅为9.8亿美元,约为去年同期的一半。

三条道路

松下正在围绕电池、汽车零部件和家用电

器重塑整体业务,索尼则对智能手机、游戏机和相机业务加倍下注。与此同时,夏普则着眼于显示屏,并在与鸿海和高通等企业建立合作关系。

索尼还有可能通过出售房地产来筹措更多资金,并有可能出售37层的纽约总部大楼,该大楼被戏称为“齐本德尔”,因为它的设计让人想起齐本德尔时期的英国家具。据媒体报道,出售这些资产可以为索尼融资10亿美元。

索尼还有可能出售电池业务,该业务为平板电脑、PC和手机生产锂电池,共有2700名员工,在日本拥有3家工厂,海外也拥有2家工厂。索尼对这项业务的固定资产估值为6.36亿美元。

比亚迪和鸿海都有可能购买这项资产。鸿海目前已经入股夏普位于■市的一处液晶面板工厂。此前有媒体报道称,鸿海还在与夏普展开谈判,希望以6.67亿美元收购夏普位于中国、马来西亚和墨西哥的工厂。

夏普几乎已经将所有资产抵押给银行,以获得46亿美元救助,因此该公司已经没有多少资产可供“车库甩卖”,相反,该公司正在甩卖部分“车库”。

高通已经同意收购夏普5%的股份,成为其最大股东。今年早些时候同意入股夏普的鸿海因为随后的股价暴跌而撤销协议,但该公司曾经表示,仍然有意入股夏普。(书聿)