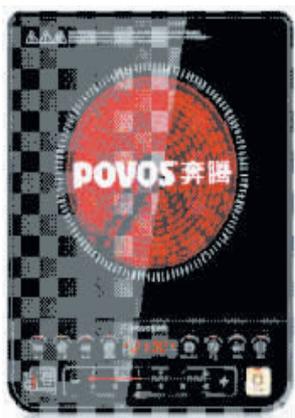


厨房烹饪无辐射大幕开启

消费者青睐奔腾“0辐射电磁炉”



国内电磁炉行业在经历了飞速发展后,因技术创新停滞,深陷电磁辐射负面的泥淖。近期,国内小家电网购领导品牌奔腾电器推出国内首款“0辐射电磁炉”——奔腾黑晶炉,真正拉开了厨房烹饪无磁、无辐射的大幕。据了解,新产品一经推出即受消费者青睐。

电磁辐射隐患多,奔腾推出国内首款黑晶炉

现代人越加追求简单极致的生活,特别是在快节奏的大都市,速度和效率成为主旋律。电磁炉以其高效、无烟尘等优势逐渐成为现代家庭厨房的必备厨电产品,数据统计,目前我国电磁炉市场潜力达8000万台,市场容量突破百亿元。然而,近几年关于电磁炉辐射危害问题逐渐显露,成为人们关注的焦点。

经科学验证,电磁炉在加热过程中会产生高频电磁辐射,长期在电磁辐射环境下有可能对人体产生危害。这种危害主要取决于电磁波的泄漏值,泄漏越大对使用者伤害越大,可能导致头痛、失眠、记忆衰退、血压升高等症状,这种危害对孕妇尤为明显,严重时甚至会影响到胎儿发育。

据悉,国内小家电网购领导品牌奔腾电器以加热方式为突破口,首次对电磁炉产品进行革命性升级换代,推出国内首款黑晶炉。与传统电磁炉相比,奔腾黑晶炉

真正实现加热过程中不产生电磁辐射,这标志着国内厨房烹饪无磁无辐射的大幕已经开启。

业内人士评价,随着居民生活水平提高,传统电磁炉因电磁辐射弊端已经不能满足消费者对于健康烹饪的需求。黑晶炉因其无辐射的特点,受到越来越多消费者的青睐,市场前景广阔。

烹饪无辐射,奔腾黑晶炉受消费者热捧

近期,记者探访了奔腾电器技术研发部门。从某技术负责人口中了解到,全新奔腾黑晶炉摒弃传统电磁炉交变磁场与锅具的共同发热方式,搭载突破性的远红外加热技术,利用电流经过进口镍铬合金发热丝产生热能进行加热,因此加热过程中不会产生任何电磁辐射,使用更加安全健康,尤其适合有孕妇和小孩的家庭。该负责人还介绍,传统电磁炉只能使用金属锅具,而全新奔腾黑晶炉因在加热方式上的革新,拥有不挑锅的优势,只要是平底锅具统统适用,能满足

消费者对于不同烹饪器具的不同需求,比如做砂锅豆腐。此外,黑晶炉热效率更高,使用寿命更长,是传统电磁炉的全面升级换代产品。

据记者了解,奔腾黑晶炉一经推出便受到消费者热捧,尤其在网络上掀起多股抢购热潮。记者点击进入奔腾天猫旗舰店,在消费者评价一栏看到,诸如很好、满意、性价比高等词比比皆是。消费者朱先生告诉记者:“以前家里一直用电磁炉,后来听说电磁炉有辐射,怕对怀孕的老婆有影响,换了奔腾的黑晶炉。我还专门找小区物业测试过,真的没有辐射!”

对于当下黑晶炉受热捧的情况,有专家表示,黑晶炉作为电磁炉的升级换代产品,颠覆了传统电磁炉的加热方式。黑晶炉在烹饪适用性上更广泛,对人体更健康,是新一代环保厨具。从目前奔腾黑晶炉市场反映来看,未来几年内,有望取代电磁炉成为市场主流。(据中国网)

旺季空调市场出现

“发货难”



(图/新华社)

夏季进入三伏天,温度持续升高,空调市场进入了繁忙的销售旺季。但是近来,有不少消费者反映,无论是实体店购买空调,还是通过电商网站购买空调,都出现了不同程度的安装、送货等困难。对比往年同期繁忙时段的销售、安装,今年空调送货、安装问题似乎特别严重。

记者调查发现,在电商大举介入市场之后,部分电商和实体店在下单订货以及物流配送方面存在着协调性差的问题,从而导致了较为严重的“发货难”。

实体店送货慢态度差

从6月份开始,各大家电卖场的实体店和电商都在疯狂地举办各种促销,应景产品空调就是此季当仁不让的市场主流产品。由于空调历来都有“三分购买,七分安装”的消费特点,旺季时段的送货和安装暴露出不少问题。

不久前,消费者李先生为了给新居安装3台空调,特意在天河商圈一家国内知名的大型家电连锁门店购买,并且预约了送货安装时间。但没想到的是,3台空调分3个时段送货、安装,跟购买时预约的时间完全不一致。对此,李先生表示:“分3次送货也就算了,最气愤的是有一台空调不能按时送货也不提前通知一声。我等了半天不见来,再打电话过去问,接线人员无法确定送货时间。连续打了几天电话,对方声称‘我就是个打工的,有什么问题管不了那么多’,态度非常恶劣。”李先生略带气愤地表示,“前后交涉了好几天未果,逼着我扬言要到卖场砸空调,最后才有工作人员出面解决。”

记者从相关卖场了解到,今年空调销售总体形势较好,出于提高销量等各种考虑,卖场“一揽子”承接了很多订单。但部分品牌和型号存在后台库存、物流跟不上的问题,发货困难。此外,商家在销售旺季售后服务细节不完善,造成了购物体验差。

电商无库存也发货

无独有偶。另一位消费者张先生6月初选择了上述同一家兼容实体店和网店的大型家电连锁购买空调,订单延迟了一个月也未见任何动静。张先生说:“从6月11日下单至今,送货日期从6月13日、16日,一推再推到7月3日、10日送货,结果都没送到,现在最新预计要变成7月25日,期间没有任何的解释。”

在接受记者采访时,张先生表示,因为订单迟迟无动静,他打了投诉电话之后,接线员声称会有后台工作人员回复,但结果是没有任何回复。而有趣的是,这边厢订单的货发不出来,而那边厢,负责空调安装的师傅却屡次打电话问他“货到没,何时可以上门安装”,弄得张先生哭笑不得。

随后,张先生通过其他渠道找到该卖场内部工作人员,对方协查之后证实库存已经无货,也就是说,卖场库存无货但网店仍在销售,并且无库存也没有反馈给消费者。“对方建议我放弃订单,同时给100元购物抵扣券。无奈之下,我最后放弃了订单,但抵扣券的影子都没有见到。”

空调行业内部人士透露,空调市场每到旺季都会出现送货难、安装难的问题。近一年多来,电商开始强势介入市场,但部分电商并没有理顺好门店和网店的协同关系,电商赖以依托的库存、物流配送、安装等问题如得不到解决,就会造成前后台衔接出现问题。在空调销售、配送和安装的旺季,就有可能出现服务不到位的缺陷。(黄启兵)

电视连破屏幕尺寸纪录



从最早的32英寸到46英寸,再从52英寸到65英寸,及至最近一两年内出现的84英寸到90英寸……平板彩电的尺寸真有点“芝麻开花节节高”的意味。继去年LG、索尼推出84英寸超高清4K电视机之后,夏普最新推出了90英寸电视机,预计在国庆前夕的秋季旺季上市,堪称目前市场上尺寸最大的电视机型号。

电视机尺寸的提升,既是为了增加大屏幕、大视野的观看效果,同时也是配合4K超高清显示技术让收视更清晰。当然,消费者就先得赚足了本钱,为大屏幕的享受付出较为昂贵的费用了。

大尺寸为感官享受而来

回溯起平板电视的尺寸,一步步变大是毋庸置疑的。2005、2006年前后,32、37英寸几乎是市场的主流型号,当时40、42英寸已经算是非常大的型号;随后两三年,46、52英寸乃至65英寸的产品陆续出炉;及至去年下半年,以LG、索尼为代表的84英寸电视崭露头角;如今,夏普的90英寸再一次刷新纪录。

大尺寸电视机的出现得益于面板技术演进的支持。屏幕一寸寸地变大,全为感官享受而来。如果家庭客厅空间足够大,大尺寸电视机的收视效果绝对高于小尺寸型号,可以展现超大屏幕、超宽视角的逼真观影感受。

根据中国电子商会、中怡康最新发布的数据显示,液晶电视的市场平均尺寸已进入4字头,而5字头市场正极速扩张——2013年上半年,50英寸及以上平板电视零售量份额已超过15%,预计到今年年底,国内市场50英寸及以上

零售量份额将达到20%。

大尺寸伴随4K高清而生

显示屏幕增大之后,如果还是1920×1080分辨率的话,尽管同样是高清显示,但由于屏幕扩大,视觉感受上总感觉不够细腻。因此,大屏幕与当前市场流行的4K×2K(分辨率3840×2160)超高清电视息息相关。

刚刚结束的2013年中国数字电视产业发展高峰论坛上发布的《2013年下半年平板电视消费市场趋势分析》数据也显示,52%的消费者对于高清晰度有要求,远高于对电视具有3D和智能功能的要求。4K超高清幕背后的“屏”到底可以扩展到多大尺寸?已然成为业内焦点。

为此,厂家已经将大屏幕与高画质相提并论。夏普公司近日就对外发布,将“大屏幕”、“超画质”、“全智能”3点更优化后的新产品引入中国市场,最新发布的90英寸LX740A主要卖点就是3D和智能化功能,预计未来新款型号将会增添4K×2K的超高清功能。

大尺寸为“大富之家”而做

大尺寸的超高清享受,需要付出高昂的代价。80英寸以上的大块头电视普遍价格“实在是高”——此前夏普在国际上推出的90英寸电视售价12万英镑(约合人民币115万元),国内推出的90英寸型号预计在国庆前夕上市,售价暂时未知,但预计不会低于此价格。

而LG去年推出的84英寸4K电视,初始售价17万元左右,尽管近期已经降价至近14万元,但仍然是一个令人咋舌的价格。即便如此,LG广州公司方面透露,这样一台绝对高端的机型广州每个月还是能卖出几台左右。

如此“天价”的家电,既是商家树立品牌形象、提高产品竞争力的主要卖点,同样也是高端消费者身份和品味的象征。也许只有坐拥巨大财富的“大富之家”,才能真切体验到那种“破纪录”的快感。

(黄启兵)



3D打印时装鞋闪耀巴黎时装周

3D打印企业Stratasys公司日前为巴黎时装周带来12双由3D打印机制作的时装鞋,亮相著名荷兰设计师艾里斯·范·荷本的“狂野之心”(Wilderness Embodied)系列展。此次,设计师通过Stratasys的3D打印机,制造出结构复杂、充满几何冲击力的裸靴。业内人士表示,极具灵感的创意和3D打印科技创新完美地融合在一起,这有望鼓舞未来的设计师充分释放想象力,探索前所未有的新途径。(小村)