

# 我国智能电视产品标准规范走在国际前列

今年上半年以来,随着《网络电视多媒体通信设备要求》、《网络电视多媒体通信功能要求》以及《彩色电视机信息化指数评测通用规范》等行业标准陆续出台,中国彩电行业在智能电视、互联网电视产品标准规范方面走在了国际前列。

国家广播电视产品质量监督检验中心副总工程师李剑日前表示,现阶段,全球智能电视基本上处在同一起跑线上,这给中国彩电品牌提供了很好的发展机会。他说,目前已有海信、海尔等6家中

国彩电企业参与智能电视相关标准规范的制定,正在积极尝试摸索智能系统规范,成熟以后将向国际市场推广。

自从今年彩电企业春季新品发布以来,已有海尔、松下、夏普等企业超过40个系列的智能互联网电视上市销售。“应用商店”、“手势识别”、“安卓系统”等名词也在彩电业中耳熟能详。业内人士认为,继LED电视快速普及、3D电视全面推广之后,中国消费者即将提前进入智能电视时代。

(学磊)



## 洛阳永乐电器润峰店将于7月1日开业

您是否有因选购过急而不得不换货的烦恼?是否因路途遥远而对理想的家电卖场望而兴叹?是否有过看着琳琅满目的商品而不知道如何选择的无奈?

为了解决这些麻烦,永乐电

器率先推出了全美式家电模式卖场,同时推出“定位式”家电购买计划(“定位式”即选购精准、服务人员贴心守护、划卡享优惠一步到位、送货安装定点到位),让消费者体验尽善尽美。洛阳永

乐电器广州市场润峰店6月初升级改造,定于7月1日盛大开业,让洛阳市民体验高品质的服务。永乐润峰店将使用国际标准化商品陈列布局,包括照明系统、地面、商品摆放出样等,商

品布局兼顾品类陈列和品牌陈列,按照消费者购物习惯科学规划,设立各种消费主题专区。消费者可以根据使用需求选择定向展示厅,进行品牌对比后选购相关商品。(文广)

### 建档并实行实名制

## 旧电器回收将戴“紧箍咒”

买卖二手电器或将建档并实行实名制了。这一办法的实施意味着今后旧电器市场将戴上“紧箍咒”。

记者从商务部获悉,由商务部条法司发布的《旧电器电子产品经营管理办法》已公开征求意见。

旧电器电子产品包括电视机、电冰箱、洗衣机、空调、计算机等产品。

意见稿显示,旧电器电子产品经营者对收购的旧电器电子产品建立档案资料,即在收购时要实行严格的登记制度,内容包括旧电器电子产品的类别、商标、产

品制造商、型号、机身序列号和生产日期。而从个人手中收购时,要登记出售人的姓名和身份证号码;从企业收购时,则应登记企业营业执照等有关内容。

同时,旧电器电子产品经营者必须查验收购的旧电器电子产品的质量状况,性能情况和主要部件的维修、翻新情况,以此作为定价依据,并将检查结果和收购价格一并记入产品档案资料;旧电器电子产品经营者销售产品时必须向购买者出示所购产品档案资料,不得刻意隐瞒主要部件维修、翻新等有关情况。

违反上述规定,按照意见

稿,将由地市级以上人民政府商务主管部门责令其改正,拒不改正的处以200元以上500元以下罚款。

此外,意见稿表示,旧电器电子产品经营者应在显著位置粘贴旧货标志。旧电器电子产品经营者在交易达成后,必须向购买者出具销售凭证或发票,并提供不少于3个月的保修服务,交易双方另有约定的除外。

业内人士表示,如何颠覆目前分散无序、游击队式的传统资源回收模式,建立和完善现代化的回收体系将是关键环节。

(千龙网)

### 生活参谋

#### 名贵中药

#### 包装后再放入冰箱

中药材直接放在冰箱里,各种细菌会侵入药材内,由于冰箱内潮湿,更利于细菌繁殖。名贵中药应包装后再放入冰箱。

##### 红参

一般不易被虫蛀,但需保持干燥,晾晒时应盖白布,以免变色,可装于木盒、瓷瓶内贮存。

##### 白参

易发霉、生虫、变色,已受潮的应及时晒干。收藏时密封在瓷瓶内可保持原有色泽。梅雨季节最好密封后放入冰箱冷藏。

##### 鹿茸

干燥后用细布包好放入木盒内,在其四周塞入用小纸包好的花椒,以防虫蛀、霉烂或破裂。鹿茸粉则用瓷瓶盛装塞紧即可。

##### 麝香

可装在瓷罐或玻璃瓶内,用蜡封口,置于干燥阴凉处保存,以免香气散失降低药效。



#### 蔬菜进冰箱前

#### 最好别清洗

湿润的环境是细菌滋生的“温床”。蔬菜清洗后放入冰箱,容易使冰箱中的湿度增加,为细菌繁殖创造有利条件。

一般果蔬表面都会有一层蜡质可以保护其不受微生物的侵害,但清洗会破坏这层蜡质,令细菌更容易进入果蔬内部,引起变质,所以,果蔬买回后放冰箱时最好不要洗。

如果觉得菜根实在太脏,可以略微剪掉些带土的根再装盒储存,如果一定要洗,就等水完全沥净后再密封放入冰箱。洗过的水果,在从冰箱取出后,也要再次清洗,因为在存储过程中,其表面可能会产生亚硝酸盐,而清洗恰恰可以去掉它。

在密封时,可考虑保鲜盒或保鲜袋,也可以试试牛皮纸,因为它的吸水性强,可以将果蔬蒸发出来的水分吸收并返还给它们。(新意)

## 美的掌握变频空调核心技术的进阶之路

核心技术,看来是一种只要掌握了就能驰骋于整个市场甚至直接击败对手、技压群雄的绝技。从营销模式来看,这似乎也是争夺消费者的绝佳方法。

美的制冷家电集团家用空调事业本部国内研发中心主任李强表示,如果把变频空调比作电脑,那么压缩机、冷凝器、蒸发器等就相当于电脑的硬件,但是光有硬件电脑并不能运行,必须有相应的软件才能发挥电脑硬件的卓越能力,而这个软件就是变频空调的控制算法。

而控制算法,在此前的20年里,可以说是一直被日美企业牢牢控制和掌握,而中国企业不可得的核心技术,它可以让变频空调永远处在最优的工作状态。

情况在今年终于有了转机。4月20日,

美的与东芝开利宣布双方将成立变频技术联合研发中心,双方共享变频技术研发平台等资源,未来共同致力于变频核心技术的再创新,核心内容涉及变频空调芯片、模块、控制算法等最为核心技术的研发与输出。

对于双方此次合作,业内专家一致认为是在双方实力相当的前提下一次对等、完全开放性合作,有别于以往的拿来主义,也不同于以往外资企业在中国合作设立研发中心只针对中国市场需求的再研发未有核心技术输出的情况。此次合作也将带动中国变频空调产业走向纵深,对于整个制冷行业后续发展意义重大。

### 中国空调企业掌握变频核心技术三大阶段

美的-东芝开利变频技术联合研发中心

的成立,在业界之所以影响巨大,我们还可以从另一个层面来解读。纵观中外变频空调技术合作发展历程,大体上可以分为三个阶段:

第一个阶段是关键技术的购买阶段。发生在上个世纪末期以及本世纪初,在这一阶段,国内空调厂家通过购买国外关键技术,实现变频空调的生产,当时主要购买的是交流变频技术,变频一拖多技术等;

第二个阶段是半保留式的合作阶段。即通过个别领域的深入合作,实现区域优势互补,从而达到互惠互利的目的。目前国内诸多企业的合作方式都处于第二阶段,例如:空调行业目前有些企业多采取这种方式合作。在这一阶段,受知识产权的影响,国内企业只能通过支付昂贵的技术使用费,对部分非核心技术进行消化和理解,

给国外企业代工,也就是我们常说的OEM;

第三个阶段是技术资源共享。共同开发阶段,此阶段建立的基础是双方均对变频技术有着深层的研究,通过合作实现“1+1>2”的效果。“美的东芝开利变频技术联合研发中心”正是合作的第三个阶段,双方通过技术人员联合开发的形式实现彼此在变频技术上的转化和沉淀,并共享研发技术。

从以上的梳理就可以看出,中国变频空调产业的发展水平通过“美的东芝开利变频技术联合研发中心”已然迈上了新的阶段。这个阶段里,对于中国空调产业如何“从大做强”的诘问将很好地给出答案,也是唯一的答案。

(杨团伟)