

买暖气,买哪个品牌好

专家综合评比得出结论,美国马利得分遥遥领先

天气转冷,电暖气开始热卖。专家小组经过暗访和全面综合对比,得出结论,美国马利得分遥遥领先,特别是和其他产品相比有不同的神奇之处。

神奇一,恒温。马利可以将房间内所有的空气加热,如果用温度计测量可惊奇发现房间内各点温度是一样的,而空调、小太阳、油汀、土暖气都做不到。

神奇二,节能。如一个15平方米的房间,保温效果不错的话,房间温度达到18摄氏度,一个月电费大约在200元左右,比烧煤还便宜,是目前最节能的电采暖之一。

神奇三,无光、无风、无噪声、无管道,即擦即用,还可以搬到别的屋里用,不想用可以收起来。

神奇四,用电却不干燥。

神奇五,机身表面温度并不高,最高82摄氏度,但房间温度整体上来了,而其他产品是表面温度很高,房间整体温度不高。

神奇六,安全做得好。马利任何一款产品都有过热保护,当有物体覆盖机器使其热量无法散发出来时,机器会自动切断电源,避免火灾发生。机器表面温度不会超过82摄氏度是为了防止烫伤儿童。当不小心碰倒时,它会自动断电保护。如果不小心把水溅上,不用担心,马利有防溅水功能。

神奇七,品种多。移动便携式、机械控温式、液晶显示式、三档可调式、全球最高端全自动变频式,还有固定在踢脚线自动控温式、卫生间专用防水式、厨房专用……无愧于全球采暖专家,应有尽有。

神奇八,可以用30年以上,而且后期无需维护,这是马利在美国上市80多年后得出的结论,这一条任何电暖气都无法做到。国内的有些厂家建厂才3年,声称自己的产品可以用30年,实践才是检验真理的唯一标准。马利还是全球目前唯一拥有双加热管技术的公司,机器长度得以大大缩短,安装更加方便。马利的口号是“百年品质,温暖全球”。

专家建议,买暖气就买美国马利。

美国马利在洛阳有几十家销售店,可以就近购买。

旗舰店地址:九都路与解放路交叉口东80米路南

电话:63362765

64855113

18939024863

数评热点家电事件

160万

[释义]索尼否认“全球召回160万台液晶电视”。

点评:由于多起BRAVIA液晶电视用户遭遇自己的液晶电视配件融化并导致机器冒烟的事件,日前有报道称索尼宣布计划召回在2007年到2008年制造的160万台BRAVIA液晶电视产品。对此,索尼(中国)相关人士透露,已报告事故仅发生在日本,且未造成其他财产和人身伤害,不属重大安全隐患,且非批次性缺陷,不必实施强制性召回。同时,索尼仍将在中国市场上对售出的对象产品实施免费预防性检查。顺便在此提醒,广大索尼电视机的用户可得注意了,如果在使用中发现电视机有任何异常(异声、异味或者冒烟),需要马上关闭电源,拔掉电源插头,停止使用该电视机,并立即联络索尼客服。

85%

[释义]利润暴跌85%,飞利浦将全球裁员4500人。

点评:全球最大照明设备制造厂商飞利浦电子18日公布的第三季度财报显示,消费者需求增长趋缓,公司净利润与去年同期相比暴跌85%。以电视部门为主的停运部门,上一季度为飞利浦带来5400万欧元亏损。飞利浦CEO万豪敦自从今年4月上任以来,已经迅速采取措施阻止公司经营恶化的局面。但是,他的速度还不够快,不足以让投资者满意。为使飞利浦恢复原有活力以面对经济风暴,裁员为必要之举。虽然万豪敦已经宣布出售亏损的电视机业务部门是一个选择,但是,投资者需要明确地知道这个交易需要多长时间才能完成,因为电视机的恶化和金融市场的动荡会破坏这个交易。

1/4

[释义]苏泊尔陷质量门,开发费用仅为广告费的1/4。

点评:自哈尔滨市工商部门公布苏泊尔81个型号的不锈钢锅具产品不合格之后,苏泊尔股价也遭遇了六连跌。根据其2011年半年报显示,该公司的产品开发费用为1335万元,占营业收入的比率不到0.05%。与此同时,公司仅广告宣传费这一项就达到5219万元。苏泊尔在最近几年间经历了民族品牌变身外资品牌后,苏泊尔股价也遭遇了六连跌。根据其2011年半年报显示,该公司的产品开发费用为1335万元,占营业收入的比率不到0.05%。与此同时,公司仅广告宣传费这一项就达到5219万元。苏泊尔在最近几年间经历了民族品牌变身外资品牌后,却在“虚假夸大广告宣传”、“隐性攻击竞争对手”的道路上越走越远,为了修饰上市公司漂亮的业绩报表,苏泊尔偷工减料,却使得消费者受到伤害。作为上市公司,苏泊尔置消费者的健康安全于不顾,纵使花再高的广告费用,也只会令消费者更加反感罢了。

12.8%

[释义]三季度全球手机出货量同比增长12.8%。

点评:今年第三季度的手机全球出货量比去年同期增长了12.8%。然而,手机市场的扩大速度则达到了两年来的第二大低谷,西欧和美国的手机出货量开始出现下滑。近期上市的iPhone4S销量并不像此前的iPhone4那么乐观,首先就是iPhone4S相较于iPhone4来说并无太大突破,再加上对iPhone5的期待,导致消费者对iPhone4S的购买热情不高。虽然诺基亚被苹果、谷歌步步紧逼,但第三季度市场占有率依然高居榜首,手机平台阵营依然战火十足。

(家电网)

暖煌远红外电暖 远红外采暖专家

随着高科技的日新月异,现在的采暖形式也发生了本质的转变,装饰、美观、节能、保健成了现在取暖的新趋势。

暖煌远红外电暖自2007年进入洛阳市场以来,就以其高效的电热转换率、时尚和远红外保健效果,受到了众多消费者的认可。暖煌远红外电暖采用进口碳丝为发热体,升温迅速,比传统电

暖节能30%~50%,发热体为非金属,使用寿命长达30年~50年。暖煌六大远红外系列产品:电暖壁画、新型对流散热器、电暖器片、墙暖、地暖、暖宝,给您自脚到整个空间的温暖呵护。

回首暖煌进入洛阳的这5年,安全高效、时尚美观、经济节能、健康舒适、智能方便是众多用户对暖煌的好评。为回馈用户

现推出购任意一款暖煌电暖均送一个月电费活动。

暖煌洛阳旗舰店:
老城丹尼斯北同化街
13603968926
关林南街
13233934790

暖煌郑重声明:市区有多家代理,用户可就近选购,所有售后均由旗舰店负责。

两年升级 美的全直流变频空调进入百姓家

11月9日,刚进入2012冷年,美的空调在北京高调发布变频空调全直流升级战略:2012冷年被美的定义为“变频空调全直流升级元年”,美的要推动整个空调及其相关产业向全直流变频空调全面转型,两年之内完成所有变频空调产品的“全直流升级”,2012冷年确保全直流变频空调销售占比达到50%。此举大大压缩了比肩国际的全直流尖端技术在中国家庭的升级时间。

自2009冷年始,美的率先发动了变频普及风暴席卷国内市场,变频成为行业基本门槛和市场主流,国内空调市场完成定速到变频的完美转换。变频空调以其高效节能、高舒适度的优点

已经得到消费者的广泛认同。根据国家信息中心的统计数据显示,在过去的2011冷年,变频空调的销售量和销售额同比增长均超100%,变频空调销售量占整体空调比例已达38.68%,销售额占比达44.99%。国家信息中心预测,2012冷年变频空调将继续保持快速增长态势,占整体空调比例将达到45%左右。

而今,美的依托变频全产业链的核心技术优势,率先启动全直流升级战略,推动变频普及再下一城,将带动消费者使用体验的再次提升。美的制冷家电集团家用空调事业部本部总裁表示:“未来,美的将围绕全直流变频升级战略,加大技术研发投入,不断开发更高效、更节能、更

舒适的全直流变频空调,不断提升消费者的使用体验。”

此外,美的全直流变频空调的直流电机还采用了无刷运行技术,能通过改变电压或电流来调节转速,运行更加稳定可靠;兼具平滑而经济的启动及调速性能,能实现更精准的空调运行调节,进一步提升消费者的使用体验。

另据记者了解,美的推出的全直流变频空调与同类型直流变频空调的价格差距将缩小至100至300元,保持美的空调一贯的高性价比特色,以国际品质、亲民价格,发起对2012冷年变频空调四连冠的冲击。(本刊记者 杨团伟)

