

随着居民生活水平的提高以及城市生活节奏的加快，消费者对于冰箱产品的选择也从最初要求保鲜、制冷等单一功能，逐步发展至节能、无霜、智能等精细化功能上。然而，要问今年冰箱市场什么产品最热？可以说非风冷无霜冰箱莫属。

冰箱流行风冷无霜

□张开学

风冷冰箱迎来发展黄金时期

据权威数据显示，2010年风冷无霜冰箱的市场份额为11%，截至2012年底，这一比例已经提升到了18%，从2013年的市场销售情况来看，这一数字还会进一步提升。根据中怡康的监测数据，今年第一季度，风冷冰箱的销售量和销售额同比分别增长了16.99%和6.22%；而同期直冷冰箱的销售量和销售额则下降了3.04%和14.79%。

“风冷冰箱有可能在未来几年迎来发展的黄金时段。”业内专家做出如此分析认为。一方面，从

用户的需求看，风冷冰箱肯定将加速普及。现代生活节奏加快，消费者采购食品的次数减少，但是量增多了，很多时候是一周集中购物一次，这就需要冰箱保鲜效果更好、容量更大、制冷速度更快，风冷冰箱的特点恰好满足了这些需求。另一方面，从技术角度讲，如果冰箱容量大于300升，则制冷方式一般采用风冷无霜式，相对而言制冷保鲜效果可以得到明显改善。

各大品牌纷纷主打风冷技术

基于上述原因，行业主流企业在积极推广风冷冰箱的同时，也致力于升级风冷技术，推动冰箱走向无霜、节能、保鲜时代。海尔无霜三门冰箱采用了行业领先的全风冷技术和无级变频技术，产品能耗和噪音都大幅降低。此外，海尔冰箱创新研发出旋翅冷凝器节能技术、内螺旋蒸发器节能技术等领先技术，最大限度地降低了产品电量消耗，达到了高效节能的效果。

美的冰箱“芯节能”技术通过5大核心节能技术对冰箱节能做“系统性”升级，其550升超大空

间对开门冰箱集高效压缩机、真空多元发泡技术、系统配置优化等5大节能优势于一身。

在外资品牌中，西门子凭借领先的技术，在实现冰箱产品节能环保的同时，还让用户享受到高端家电特有的舒适体验。其搭载的优质变频压缩机实现了高效节能，高纯度的全氟制冷剂提高了制冷效率，并延长了压缩机的使用寿命；优化的保温层、领先的发泡技术，有效减少了冷量流失。

此外，像海信、容声、三星、LG等品牌也纷纷推出风冷无霜的冰箱产品，抢占这一块市场蛋糕。

精品风冷无霜冰箱推荐

夏天是使用冰箱频率最高的时节，冰箱几乎处于全天候的运转状态，时间一长，传统的直冷冰箱会在箱体内部产生厚厚的结霜，而繁琐麻烦的手动除霜过程也给用户带来了许多的困扰：冰箱断电，食物需要都拿出来，然后等

待冰霜的消融，再用除冰铲进行清洁，即使采用了塑料覆膜的办法，依旧十分费劲。在此给大家推荐几款风冷无霜冰箱，不仅带来更好的制冷效果，食物受冻更加均匀，而且不需要手动除霜。

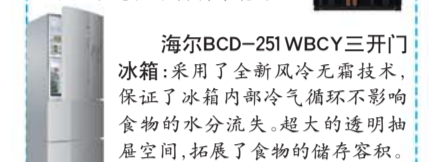
Tips: 风冷为何无霜？

消费者可能很好奇，为什么风冷制冷就不会有霜呢？其实风冷冰箱并不是不产生结霜现象，而是霜几乎都凝结在蒸发器的上面，不会凝结在冰箱内壁，而风冷冰箱的蒸发器在冰箱内部(与冰箱内壁分开)，因此而称之为无霜。凝结在蒸发器上的霜是通过热蒸发来去除，即冰箱工作一段时间之后，暂停制冷，启动除霜加热系统。凝结的霜受热后会变成水，再通过专用的导管排出(或直接蒸发成水蒸气)，这个工作是冰箱自动完成的，不需要用户手动处理。



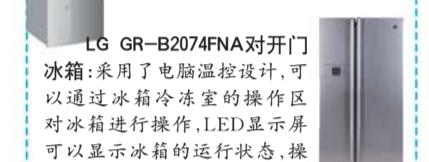
三星RS26MBZBL对开门

冰箱：这款产品特别设计有十个内外温度传感器和季节智能运转系统，超强制冷保鲜的新生双循环系统都保证了这款冰箱制冷能力。



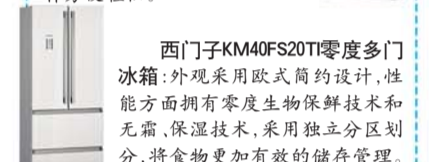
海尔BCD-251WBCY三门

冰箱：采用了全新风冷无霜技术，保证了冰箱内部冷气循环不影响食物的水分流失。超大的透明抽屉空间，拓展了食物的储存容积。



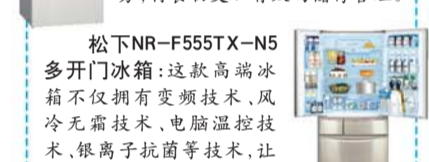
LG GR-B2074FNA对开门

冰箱：采用了电脑温控设计，可以通过冰箱冷冻室的操作区对冰箱进行操作，LED显示屏可以显示冰箱的运行状态，操作方便轻松。



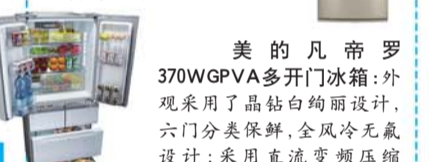
西门子KM40FS20T零度多门

冰箱：外观采用欧式简约设计，性能方面拥有零度生物保鲜技术和无霜、保湿技术，采用独立分区划分，将食物更加有效的储存管理。



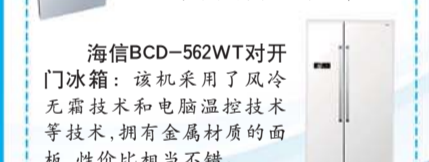
松下NR-F555TX-N5

多开门冰箱：这款高端冰箱不仅拥有变频技术、风冷无霜技术、电脑温控技术、银离子抗菌等技术，让冰箱更加实用。



美的凡帝罗

370WGPVA多开门冰箱：外观采用了晶钻白绚丽设计，六门分类保鲜，全风冷无霜设计；采用直流变频压缩机，智能调节运转效率。



海信BCD-562WT对

开门冰箱：该机采用了风冷无霜技术和电脑温控技术等，拥有金属材质的面板，性价比相当不错。



LG中国风电视“观韵”扬起金帆

在骄阳如火的初夏时节，LG电子2013年新品媒体品鉴会在全国五个城市火热开启。本次媒体品鉴会的主角——“观韵”电视是LG电子在2013年3月隆重推出，为中国消费者打造的中国专供产品系列，目前上市为红色及金色两款。观韵LA8800(金色)以及观韵LA6800(红色)作为中国专供“观韵”系列电视产品，同样拥有中国风的外观设计风格，以中国传统的船作为造型灵感打造的电视底座设计，不仅寓意“乘风破浪”的气势，更代表“一帆风

顺”的美好祝愿。与屏幕下方水滴状设计相配合，形似中国传统文化中象征汇聚财富的“聚水入盆”形状。将古典的东方美学与现代的简约风格巧妙融合，使得“观韵”成为“中国风”与简约现代时尚设计融合的最佳代表。

除了出色的外观设计，“观韵”系列3D智能电视同样延续了LG电视在画质以及智能功能方面的出色表现，如临实境的无边硬屏技术，让屏幕画面与现实世界无缝贴合，配合卓越的三重XD引擎以及IPS硬

屏，不闪式3D技术以及3D影院立体声，在家即可实现3D影院般的极致观影效果。

除了“观韵”系列电视新品，LG电子此次还会重点展出不久前刚刚上市的一款新类型产品——“Pocket Photo2.0”口袋相印机。随着手机成为人手必备的智能设备，随手拍照纪录生活的风潮也愈演愈烈，为了解决智能手机拍摄的问题，这款风靡韩国等地的LG“Pocket Photo2.0”口袋相印机已于日前正式登陆中国市场。这款产品凭借口袋



大小的小巧尺寸，靓丽时尚的外观以及与智能设备轻松无线连接的先进技术，一经推出，就受到了众多消费者的喜爱。“Pocket Photo2.0”口袋相印机不仅能够随身携带，随心打印，还能轻松为手机中的相片加入文字、边框、二维码等个性信息，方便使用者留念与分享。

银行借钱借贷难，78.cn救急派发1.8亿

商业银行长久以来给人们的印象：“不差钱”，如今，它们一夜之间“穷疯”了。有银行客户经理直言“每月要拉存款800万”。除了疯狂揽存，商业银行也大量发行理财产品，以回笼资金。

浙江一位商业银行人士透露：“现在的商业银行都出现钱荒，小银行更严重。”宁波银行总行相关人士表示：“现在的形势不同于金融海啸，那阵属于投资渠道引发的问题，大多企业投向了挂钩期货、贵金属等衍生品的标的物，导致投资失败，现在属于上下游产业链失调。以前政府还有相应的扶持政策来放水，现在却是在抽水。”

另外，据理财周报调查得知：南通、温州、东莞、深圳四地的银行不约而同地闹钱荒。尤其针对中小企，四大行基本拒绝放贷，城商行大呼“困难史无前例”，唯一划破一条缝隙的股份行也是条件苛刻，诸多限制。“熟人孔”和“抵押物”成为银行“选亲”的主打，自称额度比其他银行宽松

的民生和华夏，则提出了利率至少上浮30%的条件。少了商业银行这个靠山，中小企业难以承受钱荒之重，倒闭潮隐约浮现。同时，想创业的人士，也面临贷款无门的尴尬，怎么办？

笔者通过多方调查发现，在这股市低迷、楼市调控的大背景下，中小企业主以及创业者都在为钱愁，但是，却收获了意外惊喜。中国品牌招商龙头网站78.cn创业商机网最近频出重磅活动，前不久刚刚大手笔特别赞助江苏卫视情感大剧《新恋爱时代》，并开展了大规模的幸福互动有奖活动，目前，又倾情助力天津卫视年度大剧《精忠岳飞》，迎接一年一度的78创业日活动。值得关注的是，78.cn创业商机网在这次创业日活动中，将免费派发1.8亿创业基金，参与活动就有份，最高可获1万，史无前例。

或许，这个消息对中小企业主的帮助不大，但是对于中小创业者而言，可谓是“及时雨”。2013年7月4日至7月8日，78.cn与您不见不散。

华为Ascend P6率先进驻乐语通讯

华为Ascend P6自6月亮相伦敦以来，一直备受瞩目。近日，笔者从乐语通讯获悉，千余台华为Ascend P6(联通版)已于7月初率先进驻乐语通讯全国1900家门店，成为该产品首先进驻的社会渠道。旨在冲刺智能机高端市场的Ascend P6是华为力推的民族旗舰机型，其高性价比受到国内外一致好评，有需求的消费者请速到乐语通讯门店咨询，购机还有机会收获大礼。

据了解，Ascend P6联通版具备全球领先的产品构架、工艺设计以及制造品质，并与中国联通21M极致网络体验完美结合。P6联通版支

持21M网络，是其他3G制式上网速度的6-7倍；机身厚度仅为6.18mm，不仅比iPhone5薄了近1.5毫米，而且比其他运营商定制的同款机型更薄更轻。

华为Ascend P6联通版被誉为拥有“最美的产品，最快的网络，最优惠的合约政策”，配置豪华，价格却不足同配置洋品牌手机的一半。乐语通讯运营中心总经理邹红波说：

“我们对Ascend P6联通版的市场前景十分看好，相信此次乐语通讯为消费者呈现联通版Ascend P6，将为广大消费者带来与众不同的移动互联网新体验。”



曼可顿餐包 美味餐餐加分



“曼可顿”品牌自诞生以来，一直专注于为广大消费者提供松软、新鲜、营养的高品质烘焙食品，是目前中国烘焙行业的领导品牌。

曼可顿全新的奶黄软餐包富含能量和营养，浓郁奶黄酱带来的淡淡甜香，多吃几个也不觉甜腻。初次撕开奶黄软餐包的包胚，会惊讶的发现面包组织气孔的细致，轻触之下可以感觉到如棉花苞般的柔软弹性，入口湿润易嚼，令人回味无穷。曼可顿全国市场总监詹钧文先生谈到这款产品时表示：口溶性佳易咀嚼的面包会更易于肠胃的消化与吸收。曼可顿奶黄软餐包的分量适中，餐包单个约35克。整包6个的量，足够消费者分一两次吃完，这也避免了浪费或储藏的烦恼。即日起至7月30日，至指定卖场曼可顿奶黄软餐包新品活动现场，精彩活动等着你呢！