图为市民在八方电器选购TCL电视。　曹政　摄

TCL电视缘何逆市飘红？

品牌力量，品质保证，营销方式创新，完备的售后，一个都不少

□见习记者　曹　政

第三季度是彩电市场的一个淡季，但记者却发现一件怪事：进入7月份以来，每次去张中新的办公室都不见其人，电话联系也都是匆匆几句便挂掉，这和五一旺季相比简直判若两人。

张中新是谁？TCL电视信阳经营部市场经理。

在商界，有这样一句话：旺季做市场，淡季做品牌。“我们是旺季做市场，淡季更要做市场。”他说：“进入7月份以来，我们的销量呈直线攀升之势，这在以前是很少见的。”TCL电视缘何能逆市飘红？

“相信品牌的力量”

中央电视台有句经典广告语：相信品牌的力量。你很难相信，这句广告语会出自一位消费者口中。

7月4日，记者陪一个朋友在八方电器TCL专柜选购电视。无意间听到一个人对另一个人说：“电视品牌恁多，为啥专选TCL呢？”“还是相信品牌的力量吧！”说罢，两人相视一笑。记者听到他们的对话，心里突生一种震撼之感：TCL已经潜移默化地将品牌力量深入人心。这不得不说是一种强势的力量。

据介绍，在去年中国最有价值品牌发布会上，TCL以417.38亿元的品牌价值蝉联彩电第一品牌。熟悉彩电行业的人都知道，去年是中国彩电行业的转型与升级年，而TCL在“创意感动生活”这一品牌理念的驱动下，凭借多年不懈技术创新，TCL互联网电视成为年度电子消费市场最抢眼的风景，不仅荣获60年中国品牌形象奖，“年度创新产品”称号，“最具创新奖”、“最佳互联网电视”，“技术领先奖”、“产品创新设计年度金奖”、“年度成功设计金奖”……业内的权威机构纷纷将最高荣誉颁发给TCL互联网电视。

品牌，已经使TCL成为中国彩电行业中的一面旗帜；TCL，业已深入人心。这就是品牌的力量。

只有像TCL这种家电企业，品牌优势早已被大多数消费者认同时，市场也就不分旺季、淡季了。

“品质赢天下”

作为国内电视行业最具影响力的品牌，TCL的每一次产品升级都会引发整个行业的技术进步。2009年，TCL在国内彩电企业中投资规模最大、技术最为完备的液晶模组工厂实现量产，并完成了彩电产业链条上重要环节的模组整机一体化工程，随后马不停蹄地继续向最为关键的上游——面板生产线进军。

据业内分析人士指出，高端液晶面板的量产技术是中国家电企业掌握上下游产业链、建立产业竞争优势和引领消费潮流、获得销售竞争优势的关键因素。TCL投资建设的8.5代液晶面板生产线再次获政府财政专项资金支持，表明政府对发展TFT-LCD产业的积极扶持及TFT-LCD产业在电子信息产业中的战略地位。

政府的支持是TCL自主创新的最大保障。从立项开始，TCL集团投资的8.5代液晶面板生产线就受到政府的高度重视和大力支持，目前进展十分顺利。上周一深圳市政府补贴该项目5.52亿元，实现了其“扶上马、送一程”的承诺，上周三广东省政府专项补助资金10亿元又接踵而至，显示政府对于立足自主创新建设的液晶面板项目的支持态度，从而使该项目获得快速建设的优势，为其日后的综合竞争力的提升奠定了基础。

TCL凭借自主创新，在政府的大力支持下，保证了品质的核心地位。就像张中新说得那样，“我们不光靠品牌，更靠品质。”

他还向记者透露，他们正在向市场推出的数字一体化互联网电视：不用机顶盒就能接收到数字信号，并且还是超薄的，这在电视行业又属于领先水平。

创新的营销方式

进入7月份以来，TCL电视信阳经营部的人员似乎比以往更忙了许多。

总经理牛耕似开玩笑地说，“屁股上着火了，你不拼命地跑啊？”我理解他的意思，他是说任务重，时间紧。许多营销的方式也就是这样被“逼”出来的。

7月刚过半，TCL电视信阳经营部紧跟国家关于家电下乡的相关政策，先后开展了家电下乡、以旧换新和西亚和美内部员工特卖会活动。特别是针对西亚和美开展的特卖会，两天时间卖出70多台电视，销售额超过20万元。这种促销模式带来的效应，无论是经济效益，还是社会效益，都是双重的。这种看似很平常的营销方式实则是一种创新，它是通过一个点来带动一个市场，而不是商家经常用的“全面撒网”。

“这种促销方式，我们也是第一次尝试，没想到效果很好。”他说，“TCL电视信阳去年全年销售额达到7000万元，如果我们的营销方式不断创新的话，今年肯定会更上一个台阶。”

售后服务——细节彰显魅力

一个优秀的企业并不仅仅只是将产品卖出去，更重要的是后续的服务工作，这更能体现一个企业的核心价值和对用户负责的精神。在采访时，TCL电视信阳经营部售后服务处主任许朋红的一席话说出了一个大企业对用户负责的态度。

“售后服务是整个环节中最苦、最累、最繁琐的，但身为TCL人，就该为维护这个品牌兢兢业业，不遗余力，不讨价还价，用户的满意就是我们的追求。”他说。

许朋红还告诉记者，对于众多外资品牌“望而却步”的家电下乡农村售后服务，TCL则显得游刃有余。因为TCL服务网点遍布全国，在家电下乡的14个省（市），县级区域服务网点覆盖率达到了100%。

“为了最大程度地服务好农村用户，我们特地设立了‘家电下乡绿色服务通道’，用户在拨通服务热线4008123456后，按‘9’键其电话就由‘TCL家电下乡专家服务团来接听’，为用户提供家电下乡政策、家电使用常识、产品报修等多种服务，让农村用户买得开心，用得放心！”

依托技术创新领航市场

美的变频空调旺季持续扩大份额

本报讯（武继军）日前，权威调研机构中怡康时代市场研究有限公司发布2010年5月变频空调市场监测报告，美的变频空调以31.8%的市场占有率稳居行业第一，并一举囊括了十大畅销变频空调型号中的四个席位。据了解，这是继1月重磅推出无氟变频新品、3月率先施行10年包修、5月旺季服务大会以来，美的变频空调以无氟环保新品上市、10年包修品质承诺和全满意服务口碑三大制胜法宝，持续领跑行业第一，扩大市场占比，稳居变频市场三分天下。

美的无氟变频空调“碳路图”加速行业洗牌

据了解，美的变频空调在无氟环保领域一直走在行业的最前沿。2009年，美的变频空调出口日本市场突破150万套，全部为无氟环保产品；2010年1月29日，美的无氟环保变频空调全球首家获得UL北美安全认证，拿到了北美市场的通行证。

业内人士表示，作为中国家电行业的巨头，美的从经营理念、技术研发、生产制造到供应链、营销、服务体系全面实现低碳升级的“碳路图”战略，形成了强大的绿色竞争力，成长为中国企业“绿化”的楷模。

美的变频空调十年包修开创空调服务新模式

今年3月份以来，美的全国首家推出变频空调“10年包修”活动，震撼业界，格力、松下、海尔等国内主流企业纷纷跟进，陆续推出“6年包修”、“8年包修”等促销政策。4月17日，美的再度宣布，全国各级市场销售的所有美的变频产品将享受“10年整机包修”的服务政策。

对此，美的空调相关负责人表示，这不是简单的市场促销行为，更不是制造市场促销的噱头，作为国内空调市场的领导者，美的要通过自身的实力，为行业树立新的游戏规则，推动整个变频市场竞争的良性规范。

美的变频空调全满意服务成为旺季销售火爆关键

在价格战过后，空调行业品牌进一步集中，消费者的品牌意识逐渐增强，空调企业强化售后服务，就是要在激烈的竞争中提升品牌形象，从而在销售过程中，通过服务注入品牌价值，淡化消费者固有的价格至上观念，增强企业自身的核心竞争力。

图为顾客正在某专卖店选购美的空调。　赵红　摄

中国消费者协会副秘书长武高汉也指出，好的产品必须要有好的服务，在商品同质化日趋严重的今天，服务将成为行业竞争的焦点，服务是经营者和消费者双方的利益增长点。美的变频空调一直坚持“全满意服务”，为中国家电的服务升级树立了一个优秀的典范，赢得消费者对美的变频空调的品质信赖和消费信心。

沁园亲水膜净水器采用世界先进膜技术研制而成，过滤精度达0.1毫米，能有效去除水中的杂质、悬浮物，对细菌、大分子有机物的去除效果尤佳。同时，沁园亲水膜净水器能软化水质，有效避免间隙过滤现象，防止二次污染的发生，是目前最有效的终端水处理设备之一。图为记者在西亚和美广场拍摄的沁园亲水膜净水器。

见习记者　曹政　摄

致力绿色科技

海信引领技术创新方向

本报讯（王玉娟）7月8日，2010中国国际消费电子博览会在青岛隆重开幕，绿色、低碳成为本届展会的主旋律。海信以“创新成就绿色”为主题，展出了其在家电、通信、智能信息、三网融合等领域的众多绿色创新成果，海信的LED液晶电视展区、三网融合展区、3D电视和视频通话电视体验区，引来多方关注。

海信多媒体研发中心副总工程师曹建伟在展会现场介绍，截至目前，海信平板电视在绿色节能领域的专利有600多项，位居业内前列。通过采用“动态背光控制技术”、“低耗能待机设计技术”以及整机系统设计的优化，再加上自主开发生产的新一代液晶模组，运用高效LED光源、高效增亮膜、增加像素的开口率等一系列自主研发的平板电视节能新技术的应用，海信蓝擎系列LED液晶电视不仅集超薄、色彩绚丽于一身，而且较普通液晶电视平均节能40%。并且采用了国内领先的双色注塑工艺，应用可回收的环保材料，实现了产品的“真正绿色”。

海信此次重点展示的蓝擎LED液晶电视、蓝擎3D-LED液晶电视是今年上半年引领平板电视市场潮流的高端产品。蓝擎LED独具特色的Widget多视窗操作系统，实现了电视节目和网络内容的叠加观看，用户可以自由管理电视机功能，自由删减和添加新的应用程序，并可在线持续升级，确保产品永不过时。

海信蓝擎LED的“视频通话”功能吸引了现场观众的浓厚兴趣，争相体验：用电视给手机打电话，声音清晰流畅，倍感新奇；用电视跟电视视频聊天亲切自然，如同在面对面交谈，体验触手可及地美妙感受；在海信3D展区，海信3D-LED蓝擎液晶电视的震撼立体视听效果也积聚了大量人气。

致力绿色科技，海信对彩电市场趋势的准确把握和持续创新，都走在了行业的最前列，不断引领消费电子产业技术创新的方向，也成为海信稳健快速增长的不竭动力。截至目前，海信已连续第7年稳居中国平板电视市场的龙头地位，在LED液晶电视市场领域，海信更是以独占三成的份额成为市场冠军。

河南移动郑重声明

积分兑换认准三大正规渠道，谨防受骗

近期，个别社会组织或个人假借“河南移动”名义，进行“积分兑换”活动，在礼品兑换、售后服务等方面损害消费者权益，危害客户信息安全。针对上述情况，河南移动正式公告如下：

河南移动积分兑换计划，是针对拥有全球通积分，或动感地带M值的客户开展的长期回馈活动。目前，河南移动客户积分兑换三大渠道如下：

一、中国移动积分商城
（jf.chinamobile.com）

二、河南移动联盟商家
（lm.ha.chinamobile.com）

三、河南移动“沟通100”营业厅

请通过上述正规渠道兑换您的积分（或M值），不要轻信任何第三方积分兑换活动，谨防受骗。

中国移动通信集团河南有限公司
2010年7月15日

金立手机

从“金品质，立天下”到“实用又好用”

2009年，金立提出全新品牌主张“实用又好用”，这是金立多年来专注于产品应用研究的最好诠释，也是金立一贯坚持的理念。旨在更加关注消费者，从消费者的真实需求出发，希望为用户提供真正“实用又好用”的手机产品。这一品牌主张是现在以及未来，金立研发、生产、销售最关键的指导思想，也将会实实在在地指引金立的各项工作。

从“金品质，立天下”到“实用又好用”，金立已经从品质上的自我要求升华为从消费者的角度去做产品。与其说“实用又好用”是一个理念，不如说它是一个目标或者说是金立的一个愿望。一个持续的工程，需要企业，乃至产业链的通力合作。我们相信，金立将在“实用又好用”的道路上越走越远。

对于国产手机企业而言，要想在这段与国际品牌的竞赛中保持平等，甚至是领先的优势，国内手机企业还必须比国际品牌更加专注地了解国内本土用户的使用需求。金立立足本土，一直坚持从消费者出发的理念，专注于手机的应用研究，发现用户的现实与潜在需求。3G时代来临，金立也提出“让3G实用又好用”的主张，着力推动3G应用真正走入寻常百姓家。同时，为了满足本土用户对智能手机的需求，金立的智能手机也即将推出。

而渠道方面，目前金立已拥有43个省级总代理，下辖20000家以上的专营店，形成了一个稳固、全面、顺畅、高效的营销网络，在市场销售上占有很大优势。同时在3G发展成熟以后，社会渠道销售也将占3G总体市场的七成以上，它将成为运营商不可忽视的3G社会化推广力量。

（据新浪）

苹果承认App Store出现欺骗交易

据国外媒体报道，苹果公司从网上商店App Store上移除了一些应用软件，并于周一承认一位开发人员进行了欺骗性购买。

苹果公司周一表示，越南应用开发人员Thuat Nguyen创建的应用程序已被移除，并声称Thuat Nguyen进行了欺骗性购买。之前，App Store的用户投诉称，自己的账户被人侵入，用来购买Nguyen编写的应用软件。笔者并未联系到Nguyen本人。

苹果官员表示，并不排除苹果网络被入侵的可能，但一些用户的登录名和密码可能已经被黑客通过欺诈电子邮件和记录键盘使用情况的病毒窃取。

据悉，本次账户盗用是苹果iTunes音乐、视频和应用商店近期发生的最严重事件。苹果一直号称其网络安全性比微软和谷歌等竞争对手要高，谷歌在收录Android手机应用时并没有审核过程。

一名账户遭盗用的苹果用户表示，他的账户为Nguyen的应用支付了100多美元。一些受害者表示，信用卡未授权的交易金额可以足额退回，但另外一些受害者表示很难退回。

（甄　翔）

家电·通信

汽车家电工作部主办
每周五出版

主任：李树政
电话：6202051　13939719317
邮箱：xywblsz@126.com

信阳独家引进生命光波疗房

生命光波可穿透肌肤40mm，20至30分钟光波疗房健康调理，相当于——

1次全身按摩、3次补水面膜、慢跑10公里、1次理疗保健，1夜深度睡眠，彻底休闲放松。走进光波疗房，就像走进设备齐全的健身房，使你的身体自内向外得到全面的呵护：**排除体内的有毒物质，嫩白皮肤，减少皱纹，延缓衰老，减肥瘦身，消除各种痛症，增强肾功能。**

光波疗房，就像一位经验丰富、专业权威的家庭医生，辅助治疗多种慢性病，让全家老少身体健康。自从有了它，美丽健康长伴我家。

21世纪健康家庭必备家电　个人创业好项目

中国人民保险公司承保　ISO9001质量体系认证
医疗器械产品注册认证　发射系统专利认证

欢迎体验：每人次50元，凭此广告优惠20元　欢迎加盟：每天6人次，每月可收入9000元

电话：13526013782　6258893　联系人：曾女士

家电·通信投诉热线

6207101　13837664028

读者朋友，您是假冒家电产品的受害者吗？您还对通信运营商的收费感到不解吗？您在购买相关家电产品时被蒙骗过吗？您是否正为商家的售后服务态度冷漠而郁闷呢？欢迎拨打投诉热线，我们将竭诚为您服务。

电子信箱：xywbcz@163.com　QQ：584939549

电视自燃险酿祸　商家却道已过保修期

家住光山县寨河镇的郭先生投诉本报称，他于4年前在镇上的康佳专卖店买了一台电视。5月23日晚上12时许电视突然发生自燃，听到响声，家人推门一看，整个屋子都是黑烟，电视荧光屏已严重烧坏，整个电视面目全非。事后，他找到镇上专卖店，店老板以过保修期为由，拒绝维修。为此，郭先生很生气，他希望为自己讨一个说法。

网友投诉：容声冰箱越修问题越多

近日，一位网友赵小姐投诉，称其去年购买的容声冰箱几次维修都没修好，严重影响了她的工作。该网友发给人民网家电频道的信件部分内容如下：

2008年8月买的容声冰箱，买回来后发现噪音很大，多次报修。第一次说是螺丝松了，固定了一下，之后稍有好转。2009年3月，发现噪音越来越大，故再次报修。检测后说是电磁阀坏了，后要求拉回维修单位作检修更换。拉回时说是压缩机坏了，已更换。冰箱拉回后开了一天制冷正常。但因本人生小孩故不在家里，之后一直未使用。6月回家使用冰箱一段时间后，发现冷藏室结冰现象严重，再次报修，电话指导要求通水孔，无效。再次电话报修，第二天维修人员上门检查说是温控器坏了，更换温控器。使用后结冰现象确实没有，但食物开始变质。使用温度计放入冰箱显示13度，液晶显示板显示温度5.5度。短短不到一年时间，实际使用时间不足8个月，维修多次，而且更换冰箱主要部件，最初的噪音没解决，反而越修问题越多。对于该台冰箱质量和维修质量无法相信，故要求退货或换货。

我从7月18日开始给他们客服打了无数个电话，到现在10多天了，7月25日来了一个检修人员仍然还说没问题，而且告诉我冰箱外壁放牛奶处的温度应该是接近10度。这是不是准备欺骗无知妇孺啊。今天又来一个维修人员认真上门检测之后，终于把问题报告上去了，结果回电却说不是同一个问题引起的，不能换机。那请问冰箱的噪音问题怎么解决？　（据人民网）

曝光台

夏季如何防止电视机“中暑”？

□见习记者　曹　政

夏季温度高，湿度大，多雷雨，电视机损坏率较高。统计资料表明，7月、8月、9月这3个月电视机的损坏率约为其他月份的3倍至4倍。日前，记者也接到不少关于这方面的投诉。夏季该如何保护好电视，成为广大市民共同关注的话题。为此，记者特向著名品牌电视信阳分公司售后服务处了解到一些常识，以飨读者。

首先，电视机应置于阴凉、通风处。有的电视机上罩有防尘罩，使用时只把屏幕撩开；有的为保护电视机，在其下面垫上棉垫或泡沫塑料垫，结果电视机底部的通风孔被堵住；有的电视机柜很窄小，周围空隙不够大，有的前边还镶上玻璃；甚至还有人把电视机四周的通风孔都堵死，以防灰尘。这些“保护”措施往往使电视机内部通风不良，散热困难，造成过热损坏。所以，要注意保持机壳四周的通风孔不被遮挡，四周要留5厘米至10厘米以上的空间。关机后不要立即罩上电视机罩。电视机在夏季内部温度升高，常形成内部热量堆积，若不排除热气，会造成元器部件的老化，降低其寿命。

其次，电视机不宜长期工作。一般来说，夏季三伏天里，黑白电视机连续工作不超过两个小时为宜，彩色电视机不超过1小时为宜。如长期连续工作，会引起元器部件的疲劳，工作性能下降，也会导致电视机的损坏。因此，在比较潮湿的季节里，最好每日都能开一会儿电视机，使机内通电后产生的热量驱散潮气。

再次，电视机不宜在电压波动条件下工作。一般来说，电压为220V±5%时，电视机可正常使用，超过200V±5%时，电视机应停止工作。否则，电压波动又加上高温负荷，电视机易损坏。

最后，注意防雷击。使用室外天线必须加装合格的避雷设施。在雷雨天气时，应关闭电视机，并将室外天线妥善接地。使用室外天线者，在雷雨天气如果不收看电视节目，最好拔下电视机的电源插头，以防雷电形成的高电压由电源线窜入，损坏电视机。

此外，应及时清除电视机内部的尘埃、蜘蛛网，以防其导致打火、短路损坏电视机。

健康家电