

汽车家电新闻部 主办
每周五出版

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

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?欢迎您拨打投诉热线,我们将竭诚为您服务。
电子信箱:xywbcsz@163.com QQ:584939549

NBA常规赛即将开打 四款大屏电视推荐

随着NBA中国赛的举行,久违的NBA比赛又回到了人们的视野中,看着一次次的精彩扣篮,你是否也开始热血沸腾了呢?今天本栏目就为朋友们推荐四款平板电视,如果你是个体影迷,同时又有更换电视的想法,可以参考一下。

长虹iTV46830DE液晶 参考价格:8452元



长虹iTV46830DE液晶电视采用黑色高光无痕注塑最新工艺技术制作,超薄、时尚,整机最薄处仅为1.8cm,其触摸式按键、双色注塑装饰条、钢化玻璃底座配蓝色内嵌透明支柱,很好地传导出设计师想要表达的简洁理念。

海信TLM46V89PKV 参考价格:6999元



海信V89PKV系列液晶系列采用A+节能屏,配合10bit面板以及10bit驱动,真+240Hz倍频,配备了高清视频播放功能,以及网络资讯、浏览及下载功能。该电视配备1920x1080全高清分辨率,采用集成式CP2交互芯片,实现超强解霸,可识别H.264、VC1、MPEG、RMVB等几乎所有的高清解码格式。

创维46E60HR 参考价格:7699元



创维46E60HR是一款46英寸的LED液晶电视,酷开3D操作系统以及强大的网络功能,都能满足用户日常需求,性能上,创维46E60HR采用节能LED背光源,1920x1080的分辨率,感受清晰流畅画面的同时还节能环保。该款液晶电视属于酷开网络电视系列,具备完整意义上的互联网电视功能,你可以很方便地在在线观看视频、下载音乐、传输图片等。创维46E60HR唯一拥有电视门户网——酷开网,拥有海量的网络资源。

TCL 46P11FBDEG 参考价格:9999



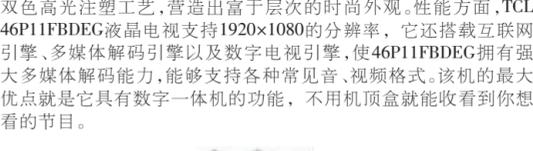
TCL 46P11FBDEG机身以黑色为主色调,边框采用国际领先的双色高光注塑工艺,营造出富于层次的时尚外观。性能方面,TCL 46P11FBDEG液晶电视支持1920x1080的分辨率,它还搭载互联网引擎、多媒体解码引擎以及数字电视引擎,使46P11FBDEG拥有强大多媒体解码能力,能够支持各种常见音、视频格式。该机的最大优点就是它具有数字一体机的功能,不用机顶盒就能收看到你想看的节目。

创维46E60HR 参考价格:7699元



创维46E60HR是一款46英寸的LED液晶电视,酷开3D操作系统以及强大的网络功能,都能满足用户日常需求,性能上,创维46E60HR采用节能LED背光源,1920x1080的分辨率,感受清晰流畅画面的同时还节能环保。该款液晶电视属于酷开网络电视系列,具备完整意义上的互联网电视功能,你可以很方便地在在线观看视频、下载音乐、传输图片等。创维46E60HR唯一拥有电视门户网——酷开网,拥有海量的网络资源。

TCL 46P11FBDEG 参考价格:9999



TCL 46P11FBDEG机身以黑色为主色调,边框采用国际领先的双色高光注塑工艺,营造出富于层次的时尚外观。性能方面,TCL 46P11FBDEG液晶电视支持1920x1080的分辨率,它还搭载互联网引擎、多媒体解码引擎以及数字电视引擎,使46P11FBDEG拥有强大多媒体解码能力,能够支持各种常见音、视频格式。该机的最大优点就是它具有数字一体机的功能,不用机顶盒就能收看到你想看的节目。

设立多个贴近市场的办事机构和分公司,不断巩固美的在当地市场的组织能力和竞争优势,走出一条踏踏实实、稳扎稳打的海外市场发展道路。2001年,美的集团海外销售收入不足2亿美元,到2009年这一数字已经超过34亿美元。今年整个美的集团的海外业务收入有望达到55亿美元。

与此同时,美的集团不断拓展海外发展思路,强化和深入与国际知名家电巨头的战略合作,完善海外制造布局和市场布局。2007年,美的新建美的(越南)工业园,辐射整个东南亚市场。今年5月美的电器披露的收购埃及Miraco公司股权的项目,10月11日也已正式公告完成。未来,美的还将在东欧等地不断完善全球布局。“进入‘十二五’发展新时期,就是要以结构调整和转变发展方式为主线,务实、稳健、快速、有序发展,坚持走美的特色的国际化发展道路。”方洪波对记者表示。

方洪波表示,最新完成的对埃及Miraco公司的股权收购项目,使美的在成功进入埃及市场的同时又减少了自己开拓当地市场的成本及时间,“是美的成功拓展东盟之后,再一次成功地战略布局中东非。”

2011年将是美的集团“十二五”规划的开局之年,也是美的在发展的且高速增长的区域市场不断完善布局,逐步落实国际化和全球的本土化战略的实践之年。对中国家电制造企业来说,国际化已经是一个必须面对、必须接受的挑战,也是着眼于全球市场的企业未来持续、稳健增长的必经途径。美的历经40多年的发展,已经积累起完善的市场布局 and 核心运营能力,未来必将迎来在国际市场的跨越式发展,顺利实现“五年再造一个美的”的宏伟目标。(据新浪网)

美的电器董事长兼CEO方洪波接受记者专访时表示 坚持科技创新与国际化 把握“十二五”发展机遇



美的电器董事长兼CEO方洪波在美的集团第15届人才科技奖励大会上发言。 美地 摄

“美的电器经过多年的内部成长和对外收购、整合,在空调、冰箱和洗衣机领域都有了很完善的国内区域布局,未来将是美的在国际市场施展拳脚的时期。未来五年,凭借持续引领的科技创新能力和海外市场本土化布局的国际化发展能力,美的将在国际家电舞台展示更强大的实力。”10月12日,在美的集团第15届人才科技奖励大会现场,美的电器董事长兼CEO方洪波接受记者专访时表示。

2010年上半年,美的集团坚持全球化战略和科技创新战略,整体销售收入突破700亿元,预计全年销售收入将突破1100亿元,超额完成集团“十一五”战略规划目标。面对未来,美的正瞄准“五年再造一个美的”的宏伟目标不断奋进。

科技战略全球化创新
据介绍,在本届科技月上,美的集团针对科技创新的奖励总额首次突破1400万元,创历史新高。从1996年至今,美的集团人才科技月活动已连续举办15届,累计投入科技奖励金额超过7000万元,在全集团范围内营造出浓厚的“尊重科技、尊重人才”的科技创新文化气氛。方洪波表示,美的旗下每个产品事业部都从战略高度重视科技创新,每年的研发投入占到年收入的3%-5%，“十一五”期间,美的集团整体的科技投入已超过100亿元。

“持续、稳定的科技投入有力保障了美的集团的科技创新能力始终走在行业前列。”方洪波认为,率先掌握产品的核心技术,尤其是产业链核心的技术是美的旗下各个品类能够在激烈的市场竞争中始终保持优势地位的关键所在。目前,美的共拥有高新技术企业23家,拥有空调、冰箱、洗衣机、洗碗机、微波炉等产品的国家认可实验室。2009年7月到2010年6月的一年时间内,美的集团共申报专利1248项,其中发明专利192项,均创历年新高。

“美的的科技创新战略着眼于全球发展规划,率先引进外籍科技人才和国际先进的检验检测标准,构筑起强大的国际竞争力。”方洪波表示,企业要实现国际化发展战略,首先要善于运用全球化的资源,尤其在技术方面,更要走出国门,放眼全球。截至今年6月,美的已有外籍技术专家近百名,拥有德国VDE、德国LGA认可实验室、美国UL认可实验室等国际一流实验室。2010年,美的成立制冷技术研究院,进一步加大对全球白色家电先进技术、前瞻性技术和基础技术进行研究和开发。

国际市场本土化布局
在国际市场开拓方面,美的多年来也一直坚持国际化、本土化布局,前瞻性地在国外

淡季如何选择实惠空调?

随着近年来换季让利折扣的加大,反季节购物仿佛已成为一种潮流。在换季时节不但能买到心爱的商品,在价格上也有着很大的让利。今天,笔者就带来了淡季选购空调四禁忌,感兴趣的朋友别错过。

- 1.忌贪便宜**
俗话说“一分钱一分货”,这句话可以说是人人知晓,但是面对低价的诱惑,很多人还是会放弃自己的购买原则。不是说便宜的不好,而是告诉消费者在购买时要明确自己的需要,按需购买,而不是一味地追求便宜。
- 2.忌错误观念**
有的人会说“变频空调就是好”,而有的人则认为“变频才是王道”,其实,两个不同类别的空调产品可以说是各具优势,同时也有着各自的产品卖点。节能空调在功能上更加的简单易用,同时售价当然与变频相比有着很大的优势。而变频,除了更节能、舒适智能化以外,产品在价格上一直居高不下,但年底的促销还是导致了部分空调价格的下滑。所以选购的朋友要根据自己的使用需要来挑选。
- 3.忌马虎**
有的朋友在选购时,可能简单地询问之后,觉得价格合适,空调看着也不错就下手购买了,其实,在选购前一定要明白我们需要使用空调的具体室内面积,这样才能根据大小,来判断自己是适合小IP还是大IP等不同使用面积的空调。还有就是看清自己所选购空调的产品型号,别等到空调安装后,一看型号才发现与订单上的并不相同,以及安装收费的具体内容,都需要我们在购买前时了解清楚。
- 4.忌“山寨”**
对于消耗型家电的空调来说,售后与选购同等重要,甚至比选空调还重要,如果我们在使用中出现问题那就要全靠售后来进行维护。如果购买没有品牌保障,售后并不完善的空调,这就为我们在以后的使用中埋下了隐患。(据人民网)

冰箱省电 温度调节器档位是关键

冰箱省电的技巧有很多,编者咨询了专家,专家介绍,有一点需要使用者注意,那就是温度调节器档位要合理选择。电冰箱耗电量的大小与电冰箱内保持温度的高低有着直接的关系,温度越低,所耗的电量就越大。因此,家庭在使用电冰箱时,应根据食品存放的实际数量、冷藏要求、贮藏时间和季节来调节温控器的档位。冷藏室的冷藏温度,应选高于该食品冻结温度1℃-2℃为宜。这一点通常是很多人忽略的。

另外,专家还提醒消费者,要想冰箱更省电就要及时进行除霜。当冷冻室内霜层达到4毫米~6毫米时,必须进行除霜,才能保证电冰箱具有良好的制冷能力和节能效果;减少电冰箱的开门次数。

同时,在冷藏室放冰块和利用冷藏室解冻食品也会起到省电的作用。若在冷冻室冷冻食品的同时制作一些冰块,将制作的冰块用容器装好放入冷藏室内,可减少电冰箱压缩机的工作时间,达到省电目的。同样,可以将冷冻室内需解冻的食品放入冷藏室内解冻,达到省电目的。

家电常识
(据万维家电网)

家电以旧换新,是国家为了拉动消费,减少环境污染,促进循环经济发展,而出台的一项政策。这项政策,以国家和省两级财政为后盾,对旧家电的回收企业、新家电的购买者实行资金补贴。

按照国家多个部委联合下发的《家电以旧换新实施办法》,所谓“家电以旧换新”,是指消费者废弃旧家电并购买新家电的行为。同时要求,“交售旧家电”与“购买新家电”的单位和个人“必须一致”。

显然,“买旧换新”的做法,并没有违背上述规定。“交售旧家电”的人,尽管他们原本没有旧家电,可是他们通过“购买”这一市场规则,先期拥有了旧家电,然后再以“旧家电拥有者”的身份,参与到家电的以旧换新中来。虽然过程有点“绕”,但是符合政策要求。这是在骗取国家财政补贴吗?持



最近,在“2010年中国农村家电市场高峰论坛”上,容声冰箱以其杰出的节能技术和质量,被隆重授予“下乡家电杰出品牌”称号。

家电“买旧换新”是对还是错?

薛广乾

有这种论点的道德论者,还是省省吧。须知,国家出台政策的时候,并没有对旧家电的持有者进行界定,没有要求必须是“自有旧家电”的人才能以旧换新,也没有禁止旧家电的自由买卖。那么,先“买旧”,再“换新”,有何不可?俗话说:“法无禁止,就不为过。”“买旧换新”看似一种取巧的经济行为,其实和道德没有太大关系。虽然也获取了政府的财政补贴,但是和“虚开增值税发票、骗取出口退税”之类的经济犯罪,有着天壤之别,不可同日而语。

有旧家电的人,未必需要买新家电。需要买新家电的人,未必有合适的

节能冠军 质量取胜 容声冰箱荣获“下乡家电杰出品牌”称号

与会专家表示,容声冰箱荣获“下乡家电杰出品牌”称号,乃是实至名归。今年,调研组历时半年深入市场一线走访,获取了大量的第一手市场数据。数据显示:在国家惠农政策的推动下,农村消费需求呈现出多样化、多层次的特征,但产品的能耗水平、质量水平两个关键指标仍是消费者购买产品的关注重点。容声冰箱正是凭借其节能及质量方面优势,在市场上获得了消费者、经销商的一致好评。

据介绍,容声一直致力于冰箱节能水平的提升,并取得了持续突破,曾独家中标联合国节能明星冰箱大奖。今年容声全球同步上市的第五代节能明星冰箱,日耗电量仅0.25度,比新能效国标的一级能效水平高50%,比欧洲最高的能效级别A++产品还要省电40%,是目前国内外消费者能买到的用电量最低的产品,堪称“节能冠军”。而且,容声也是国内第一家宣布将在2010年实现全部产品100%达到节能水平的冰箱品牌。

容声不仅仅关注产品前沿科技的发展,对产品质量水平的关注,更是到了苛求的地步。每一台产品出厂前都必须通过耐冲击、高可靠、长寿命、全优化等多项严格检验,即使是在崎岖不平的山路上运输,也可确保产品安然无恙,还能很好地适应农村的电网环境和农村家庭的使用环境。

家电观察家表示,家电下乡中标品牌数量较多,但技术领先、质量可靠的产品才是消费者真正需要的。而以“节能”著称、质量取胜的容声冰箱,将成为消费者的首选。(据腾讯网)

三部委整肃家电下乡 松下康佳等被警告

继严打家电下乡骗补行为后,财政部、商务部和工信部三部委又展开对家电下乡中标企业的实力考核。

日前,财政部、商务部和工信部三部委联合公布了今年第一季度家电下乡中标企业考核情况,对包括松下冷机、康佳集团和上海广电信息产业公司在内的26家中标生产企业,以及39家中标流通企业给予黄牌警告。

三部委表示,根据《家电下乡中标企业考核及管理办法》规定,对各品种考核排名后5%的生产企业、各地考核排名后5%的流通企业给予黄牌警告,望能高度重视,加大工作力度;一旦触及《办法》有关处罚规定,将取消其中标资格。

此外,对所有中标产品自中标之日起3个月内没有生产或6个月内没有实现销售的生产企业,也将取消其中标资格,名单另行公告。而按照考核管理办法,连续2次考核排名后5%且得分均低于60分的企业,将被取消中标资格。

“被黄牌警告的生产企业和流通

企业,一般都是产品缺乏品牌影响力,且销售网络难以深入四五级农村市场。”国内知名彩电厂家一位家电下乡负责人昨日对《第一财经日报》表示,三部委之所以发出黄牌警告,也是希望家电下乡政策能更好执行,肃清在家电下乡中无作为的企业。

10月12日,商务部公布的数据显示,今年前三季度全国家电下乡产品销售量达到5257.3万台,销售额1158.4亿元,同比分别增长1.5倍和2倍,全国31个省市自治区销售量都增长1倍以上。

其中,冰箱、彩电、洗衣机稳居销售量前三,占总量74%,是农村家电消费的三大件。而备受业界关注的彩电产品,长虹、创维和海信在今年第一季度彩电下乡中,取得前三强的位置。(据腾讯网)

者,海信也正在收获果实。在国内市场,海信平板电视连续7年保持销量第一,2007年至2009年中国电子商会“平板电视使用及售后服务满意度”调查的结果,海信电视连续3年用户使用满意度排名第一。

“但是道路依然艰辛、提升永无止境。”于淑珉说,荣誉就是责任,将“中国制造”变成“中国创造”,将中国品牌塑造成为世界市场信赖和追捧的品牌,一直是国人魂牵梦绕的愿望,希望这种愿望能通过向国内外消费者提供的优质产品来实现,通过用心服务全球用户的过程来实现,通过对“技术”、“质量”、“诚信”的责任担当来实现。而海信正在以更高的质量标准向这个目标迈进。(据腾讯网)

企业发言代表和来自全国的企业界代表分享了海信的质量工作经验。她提出质量犹如人品,质量诚信是最基本的企业诚信,只有用做食品应有的良心来保证产品的质量,才能在竞争中取胜。海信在质量管理中引入道德评价,严格考核机制,紧抓设计源头的质量控制和质量管理,依靠系统严整的质量管理,海信电视的产品质量多年来始终保持着业内最高水平。

正如于淑珉所言,作为质量道德的坚守

海信再次荣获“全国质量奖”

10月21日,第十届全国追求卓越大会在北京召开,与全球知名的美国波多里奇奖、日本戴明奖、欧洲质量奖三大世界级质量管理奖一样,本次大会本着“优中选优”的原则,将“全国质量奖”这一殊荣颁发给海信、江淮汽车等12家企业。这也是继2001年获得首届“全国质量奖”以来,海信成为10年来唯一两次获得该项国家质量最高荣誉的企业。

“全国质量奖”评审专家评价认为:海信

坚持“技术、质量、诚信、责任”的核心价值观,积极追求研发深度,建立起产品优势,通过推行卓越绩效管理,实现了从产品质量、服务质量到经营质量的全面提升。而海信能够两获该奖,也折射出中国家电行业在质量和品牌的良好口碑。随着这一权威奖项的设立和引导,海信等企业的标杆效应将直接带动行业从价格战和营销战向品质战、技术战的集体回归。

海信集团总裁于淑珉作为本次大会唯一