元旦销售大捷

美的变频空调销量增长近九成

图为美的空调元旦期间火爆的销售现场。 孙道远 摄

本报讯(记者 孙道远)刚刚过去不久的元旦假期,美的以变频空调和一级高能效定速空调为"主打产品",以"超微感"舒适变频柜机为"销售亮点",完美打响2011年第一场销售大战,让更多消费者以更低的价格、更好的品质、更棒的服务享受美的空调在冬日带来的舒适和温暖。

信阳美的制冷产品销售有限公司总经理陈锐表示,元旦三天时间里,美的变频空调销售同比增长近九成,美的变频空调占整体空调销售比例已经达到67%。此外,变频空调柜机销量同比增长七成,多项数据再创历史新高,变频空调销量更是数倍于竞争对手。

美的空调变频柜机新年热销创纪录

"在新年之际,变频空调柜机在美的的大力普及下,很受消费者欢迎,其销量在元旦期间迎来新年的首轮高潮。"陈锐告诉记者,美的空调在元旦期间启动了"强劲制暖 以'礼'待人"的主题活动,用稳定的技术和贴心服务,传递温暖,传递关爱。

据了解,元旦期间,消费者不仅可以抢购特价款的美的变频空调柜机,还尽享了多种形式的优惠。只见各大卖场的美的空调专柜前挤满了前来购机的消费者,美的空调又一次出现了供不应求的局面。蒋先生是前来抢购美的变频空调的消费者之一,他一直是美的空调的"粉丝",这次为了给新居选择一款"十全十美"的空调,他毫不犹豫地选定了美的变频空调柜机。蒋先生表示,美的变频空调的质量让他信赖,还有十年包修的超值服务,他还打算推荐自己的朋友也去购买美的变频空调。

在全国消费者的大力支持下,美的空调变频柜机销量占比一举突破柜机总体销量的54%,并呈现了喜人的强劲增长势头。

美的"超微感"舒适变频空调成市场风向标

陈锐表示,空调越来越成为人们家居生活中不可或缺的家电产品,人们对空调的要求也与日俱增,价格不再是唯一的考虑因素,舒适、节能、时尚和完善的售后服务等,越来越成为影响人们购买的关键性理由。

据了解,元旦期间受较强冷空气影响,我国大部分地区降温明显。一直坚持"用户至上"的美的空调,立即启动了"销售旺季及突发气候解决方案",即从消费者利益出发,提前预计销售情况和可能出现的大范围降温情况,专门制定了特殊时期的服务方案,为更好服务消费者、保障空调制热品质提供了有效保障。同时,变频空调柜机作为"美的2011冷年"的推广重点,将充分考虑消费者感受,从产品设计理念到技术创新力度等方面都将进一步升级。以"超微感"舒适变频技术,从"恒温精控、舒适湿度、内外静音"等三方面,全新定义了空调的舒适性,为消费者带来前所未有的体验,确立"美的变频更舒适"的市场消费导向。

业内专家表示,美的变频空调凭借前阶段取得的市场先机和领先优势,如今力推变频柜机普及,目的就是为了提高消费者的生活品质,从舒适性、节能性和美观性等方面,全面满足消费者对于居室环境的更高要求。

家电·通信 家电·通信新闻部主办
每周四出版
主任:孙道远
电话:6190619 13353765315
邮箱:wbsdy@189.cn

家电·通信投诉热线
6190619 13353765315

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。

大商电器

年货大集精彩继续

本报讯(记者 孙道远)春节前是市民购物的高峰期,各商户都称得上是门庭若市,而大商电器2011年元旦的活动更是火爆异常,截至目前,销售余温犹在。1月13日(农历腊月初十)至2月2日(农历腊月三十),大商电器年货大集再次为信阳消费者带来一场不间断的新年盛"惠",以超长的促销时间刷新了我市优惠让利活动的纪录,使信阳消费者在新春伊始就可以享受到"天天低价"。

真给力。大商电器年货大集是全品类家电盛会,上万款特价资源、千余种新品资源全部到位,主流畅销商品、新品、特价机一应俱全,彩电、冰箱、洗衣机、空调、3C等家电品类全面低价,保证消费者在节前采购年货的购物需求。空前的促销力度、海量的特价资源、丰厚的幸运大礼,为大商电器1月份的一系列特惠活动增光添彩。

真给利。"真金白银"的付出是大商电器始终处于家电领航地位的"杀手锏",在本次年货大集期间,大商电器推出了更多优惠措施:1月14日起,大商电器开展凡购物送年货的活动,米、油、肉等实用年货大商电器全部备齐,满300元送100元,满800元送200元……直至满10000元送1500元。同时,在大商电器购彩电、冰箱(冰柜)、洗衣机、空调、电脑五大类商品,办理以旧换新的消费者,可在参加所有活动的基础上,再享受10%换新补贴+限额交旧双重补贴。

真给礼。在大商电器年货大集活动期间,到大商电器购买两件或两件以上家电满499元再加送原阳大米,满1999元送5L油,满3999元送开水煲,满5999元送电压力锅,满7999元送DVD,满9999元送永久自行车。也许还有消费者不满足于以上赠品,也许以上赠品不适合部分消费者,那么也没有关系,在活动期间,凡是进店顾客还可免费参加抽奖,百分百中奖。同时,大商电器还郑重承诺"价格高五倍补差",真正让消费者买得放心,用得舒心。

2010年中国冰箱行业出口放缓

内销依然旺盛

2010年11月冰箱内外销合计468万台,同比增长24%,增速相比去年有所降低,行业高速增长趋势在淡季有所减缓。当月销量仍创历史单月新高。11月冰箱国内销售依然保持旺盛,内销335万台,同比增长36%,内销占比72%。外销133万台,同比增长2%。

从当月分品牌来看,海尔、美的与海信科龙市占率分别为17%、13%和8%,占据领先优势。值得注意的是,当月包括西门子、松下、LG等在内的外资品牌占有率提升较为明显,"其他品牌"市场占有率高达54%。这主要是步入冰箱销售淡季后,购买对象的主要是对冰箱产品的品质、品牌和性能有较高需求,而对价格较为不敏感,主要购买者集中在一二级城市且对外资品牌青睐较多,

从累积数据上看,去年1月至11月冰箱销售延续去年的高速增长,内外销合计6460万台,同比增长24.4%。其中,内销4757万台占总销量74%,同比增长31.8%,是冰箱销售的主要市场;出口1703万台,同比增长7.6%。内销需求旺盛是冰箱销量增长的主要因素,高基数下近几月增速有所下降。长期来看,支撑冰箱行业高速增长主要驱动因素,包括三四级市场蕴含着很大的消费潜力,农村市场需求进一步释放仍将是支撑冰箱行业高速增长主要驱动因素;城镇化进程持续推进,居民收入水平不断提高,有效增加家电产品更新需求,产品升级特征明显。

从分月来看,2009年下半年开始月度总销量同比增速一度高达60%以上。2010年5月份开始,随着去年基数的抬高冰箱总销量同比增长出现回落。8月开始进入冰箱销售淡季,但当月同比增速从7月份后一路攀升,11月24%的同比增长并不算低,延续市场销售旺盛的态势。同时,冰箱行业经过连续多年的价格战以及产业整合,品牌集中度正逐步提升。去年1月至11月,海尔、美的和海信科龙三家国内品牌市占率合计44%。其中美的继续快速扩张,去年1月至11月总销量840万台,同比增长62%,远超市场24%的平均增速,累积市占率达13%。 (袁浩然)

手机成为百姓"开门"第八件事

□张 量

中国社会历来有"开门七件事:柴米油盐酱醋茶"之说,中国社会科学院社会所研究员沈崇麟近日指出,中国手机人口已超过8亿。手机真正进入了千家万户,成为中国社会生活的"开门"第八件事。

由香港理工大学应用社会系、中国社会科学院社会学研究所和北京大学社会学系共同合作的"手机与社会"研究组,通过几年时间在大连、上海、广州、兰州、成都和南宁六市进行连续深入的调查统计指出,中国手机人口,在经过最初的缓慢增长后,从1998年开始到2007年十年间呈飞速上升之势,每年平均上升7个百分点。

根据该调查数据估计,中国从1987年模拟网刚刚开通时,全国只有300多手机用户,到今天,中国社会总人口中手机人口的比例在70%左右,手机人口超过了8亿。按照目前的发展态势,手机人口突破10亿将指日可待。中国手机人口的构成,也由当初单一的大款,到今日的社会所有的阶层。手机人口的性别结构是男性的手机拥有率明显高于女性,前者比后者高出9.08百分点。同时,城乡差别也得到体现,非农户口的手机人口的比例高出农村户口的手机人口17.6个百分点。

沈崇麟研究员特别指出,从年龄结构看,中青年人口是手机人口的主体,但在几乎所有的年龄段,都有手机用户,从该调查的数据看,手机人口中,年龄最小的只有8岁,最大的已经89岁。手机人口向老年和少年人口的扩张,特别是向少年人口的扩张,由此可能引发和已经产生的问题应该引起社会的重视。

据介绍,该项社会学研究还将继续深入,涉及社会各个领域,包括手机功能使用的社会学分析、移动通信技术发展与教育的关系、职业群体24小时不关机现象、手机承载的生命历程以及城市中低收入群体等不同群体手机使用行为的分析等多个主题。

沈崇麟指出,在今天的中国社会,手机人口是一个有着8亿人口的庞大群体,包括不同年龄段、不同文化程度、不同收入水平,来自千家万户和社会的各个阶层,学界和社会对该群体的所思所想,一举一动应该予以足够的关注。

(据中国新闻网)

中国网民达4.57亿 手机网民突破3亿

1月19日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在北京发布的《第27次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2010年12月底,中国网民规模达到4.57亿,一年时间增加7330万,手机网民规模达到了3.03亿。

中国网民规模突破4.5亿大关 笔记本上网网民增速最快

《报告》显示,截至2010年12月底,中国网民规模突破4.5亿大关,达到4.57亿,较2009年年底增加7330万人;互联网普及率攀升至34.3%,较2009年提高5.4个百分点。我国手机网民规模达3.03亿,较2009年年底增加6930万人。手机网民在总体网民中的比例进一步提高,从2009年年末的60.8%提升至66.2%。手机网民较传统互联网网民增幅更大,依然构成拉动中国总体网民规模攀升的主要动力。

我国网民上网设备多样化发展,笔记本电脑上网使用率增速最大。《报告》显示,2010年,网民使用台式电脑、手机和笔记本电脑上网的占比分别为78.4%、66.2%和45.7%,与2009年相比,笔记本电脑上网使用率上升最快,增加了15个百分点,手机和台式电脑上网使用率分别增加5.4%和5%。

网络购物用户年增48.6%成增长最快应用

《报告》称,当前,娱乐类应用在我国网民网络应用中呈现下滑势趋势,电子商务类互联网应用则成为我国互联网经济发展最快、最迅速的主力军。

《报告》显示,网络购物用户年增长48.6%,是用户增长最快的应用,而网上支付和网上银行也以45.8%和48.2%的年增长率,远远超过其他类网络应用。

与电子商务类应用规模和模式的快速增长,网络娱乐进入相对平稳的发展期。《报告》显示,2010年大部分娱乐类应用渗透率均已下滑,网络音乐、网络游戏和网络视频的用户渗透率分别下降4.2%、2.4%和0.4%,用户规模增幅相对较小。

九成中小企业已接入互联网

《报告》显示,中小企业互联网接入比例达92.7%,规模较大的企业互联网接入比例更是接近100%。43%的中国企业拥有独立网站或在电子商务平台建立网店;57.2%的企业利用互联网与客户沟通,为客户提供咨询服务;中小企业电子商务网络营销应用水平为42.1%,其中电子邮件以21.3%的比例成为"最普遍的互联网营销方式"。

(据新华网)

我国电信资费综合水平6年下降31.6%

在1月18日举办的"2011中国ICT产业发展趋势高峰论坛"上,工信部科技司处长马民表示,目前,我国电信网络规模、电话用户总数、互联网用户数均居全球首位。其中,我国电话用户数已达到11.5亿,其中固定电话用户约为3亿,移动电话用户总数达8.5亿,互联网网民数量达4.4亿。

马民介绍,目前我国100%的乡镇能上网,95%的行政村建立了农村信息服务站,在消除数字鸿沟方面发挥了重大作用。

此外,电信资费综合水平,6年来下降幅度达到了31.6%,3G发展步伐加快,用户规模达到4000万左右。3G用户数规模已达4000万左右。3G电话、手机视频、家庭网络、家庭网关不断涌现移动支付、手机阅读等新兴逐步推出,特别是TD-LTE确定为4G标准,明确了TD-SCDMA后续演进方向,再次证明我国自出核心标准创新的可持续性。

"随着通信业发展和市场需求,我国通信业规模不断扩大,行业规模日趋完善,新兴业务发展提速,传统的电信向综合信息服务转型。固定和移动进一步融合,三网融合、物联网由最初概念逐渐落地,这些都进一步推动了我国通信产业的平稳较快发展。"马民表示。(据中国信息产业网)

1月15日,为庆祝其新一代3D电视——酷开智能3D全球同步上市,由创维集团信阳办事处、信阳电视公共频道《信阳惠生活》栏目组联手举办的"创维酷开智能3D品鉴会"在信阳宾馆隆重举行,将创维全系列产品以超值优惠的价格让利于信阳消费者。

据了解,创维最新推出的酷开智能3D液晶电视,搭载了创维独创的"智能3D引擎"和"不闪的3D"两项重大跨时代技术,解决了目前市面上传统3D电视存在的闪烁、重影、左右视角小、亮度低、眼镜昂贵且辐射高等问题,引领了行业方向。上图为创维酷开智能3D品鉴会现场一角;左图为品鉴会现场堆积成小山形状的礼品。

本报记者 孙道远 摄

700元热水器要1000元安装费

高安装费背后:潜规则还是另有苦衷?

□李德娜

空调器、平板电视、燃气灶、抽油烟机、热水器等很多家电产品,都需要进行专业的安装才能使用,不过安装过程中所产生的材料费,使得企业在销售时承诺的免费安装成为泡影,这也是被消费者普遍诟病的家电潜规则之一。

笔者调查发现,多数消费者对厂家收取安装费表示理解,但却对收取的额度表示出普遍的不满。在燃气热水器的安装案例中,安装费高于购机费的情况比比皆是,网络上到处充斥着这一类型的投诉帖,但在生产企业看来却又有无处诉说的苦衷。那么这高额的安装费背后,到底是行业的潜规则还是企业确有苦衷?

用户投诉:

700元的热水器要1000元安装费

1月2日,家住北京东城区的董阿姨购买了一台燃气热水器,并预约到第二天安装,而且这台热水器参加了以旧换新活动,折合下来的价格为698元,既享受了政策又买了名牌产品,董阿姨很是开心。

1月3日上午10点,负责安装的小伙子就上门了,干活利索,技术过硬,董阿姨更是感到满意。但当安装结束一算费用,董阿姨傻眼了,一台热水器安装下来的费用要1005元,居然比买一台机器都要贵,这让董阿姨难以接受。向负责安装的工人表示质疑后,这位姓关的安装工人根据厂家提供的材料价格表逐项为董阿姨进行了核对,算下来的费用确实是这么多。虽然最后还是付了安装款,但董阿姨觉得很憋屈,买一台机器的钱还不到七百元,但安装费却要高达千元,这也太离谱了。

从董阿姨给笔者提供的安装费用明细中,可以依稀辨认出部分收取的材料费,包括不锈钢排烟管1.5米×50元共75元,烟卡子10个×3元共30元,铜对丝14个×10元共140元,阀门5个×50元共250元,烟管装饰板2个30元等,加上其他几项的费用,所有安装费用合计为1005元。笔者上网搜索发现,消费者对热水器安装费用高的抱怨很多,这也成为家电安装服务和售后服务存在的一项通病。业内人士分析,对家电产品安装收取相应的费用是合理的,但目前普遍存在的情况是,安装费用收取偏高,这一问题不仅存在于热水器行业,在空调、电热水器等需要安装的家电产品中都普遍存在。

企业澄清:

安装交由第三方负责厂家不受益

笔者了解到,燃气热水器生产厂家并不负责热水器的上户安装,安装工作通常与当地安装公司合作,交由第三方负责。那么,燃气热水器的安装费确实要这么高吗?生产企业隐瞒二次隐性消费是否涉嫌违规?生产厂家是否通过安装公司获利?

带着这样的疑问,笔者致电万家乐燃气具有限公司市场部经理李涛,他告诉笔者,万家乐与各地安装公司之间并不存在业务分成的情况,安装公司在安装产品时产生的收入并不会计入万家乐的收入中。李涛还向笔者介绍,因为安装存在使用材料的情况,不同厂家对材料选择不同所以不同企业之间价格存在差异,而全国各地物价又不同,同样的材料受运输成本等多重因素影响在各地的定价也有差异,万家乐并不会做出统一的收费标准。在保证产品质量方面,万家乐会选择与一些大品牌的材料供应商合作,签订批量采购合同,以燃气热水器常用的铝塑复合管为例,万家乐采用的全部都是日丰管,而且要求日丰管的供应价格不得高于其向自家代理商供货的价格。至于安装材料的采购和单价,则由签约的安装方来确定,并且需要将材料的供应商和销售单价反馈给生产企业,由生产企业认可并向中国家电服务维修协会报批之后才能执行。

广东另一家燃气具生产企业售后负责人也告诉笔者,生产企业对安装服务方的要求其实是很严格的,因为安装服务的好坏直接关系到企业品牌的声誉。这位负责人还告诉笔者,通常燃气热水器的生产企业并不会向安装方收取费用,相反还会按照安装数量向安装方支付不等的安装费。生产企业为维护品牌形象,对各自签约的安装服务方也提出了严格的要求,不仅包括对安装方服务资质的认定,还会定期对安装工人进行培训,一经发现存在多加装材料、乱收费等违规行为还会进行罚款。罚款的数额一般是一起两万元,严重的会取消授权资格,这位企业售后负责人说。

安装队有苦衷:

成本在飞涨安装已经不赚钱

看到这里,似乎所有的矛头都指向了第三方安装队。那么,如此高的安装费用是如何制定出来的?安装队才是安装暴利的受益方吗?

当笔者问到这些问题时,北京可可机电安装公司的小林有满肚子的苦衷。小林所在的安装队负责北京地区通过苏宁电器销售的万和品牌燃气热水器、抽油烟机、燃气灶的安装工作,他向笔者算了一笔账,以一个铜角阀为例,进货价为18.5元,向消费者安装收取的费用是每个45元,照惯例除去5个点的保修成本,还剩24元左右的利润,将近一半的利润看似很高,但这24元需要安装公司和安装工人双方平分,而不论是安装公司还是安装工人,这10多元的利润根本养活不了自己。安装公司需要支付库房、人力、运输等成本,而工人还要支付油费、工具、生活等成本,剩余的纯利已经很少了。在他看来,安装的活是越来越不好干,"现在铜、铝这些零件的进货价格比去年高出近15%,劳动力成本也在涨。"小林的安装队现在面临的最大问题就是安装工人流失严重,因为工人基本都挣不到钱。

据了解,现在不止生产厂家与安装队之间是签约承包关系,安装队与安装工人之间也是承包关系,一个安装工人向安装公司承包某几个区的订单,而且送货车和安装工具都是工人自配的。以现在安装工人使用最多的小面包车计算,一辆车内可以放一个烟机、两三个灶具,再配一个热水器,空间就已经满了,而北京城区面积太大,如果当天跑得路远些,算上油钱基本一天的活就白干了。

行业声音:

安装维修规范行业才能健康发展

尽管各方都有自己的苦衷,但并不能否认一些家电产品安装费用过高的事实。就拿开篇提到的案例,上千元的安装费连生产企业都连呼不可能,也就难怪消费者会抱怨了。

各地消协调查的结果显示,洗衣机、抽油烟机、燃气热水器、壁挂式空调四大类家电产品,都存在产品随机管件长度过短,迫使消费者需二次购买相应的配件以及产品随机安装管件等辅料价格明显高于市场上同类商品的情况。以洗衣机为例,免费管长度一般为80cm~110cm,多数消费者家庭都需要再增加管线或改造现有管线,增加的部分则不得不另交费,而从企业方购买的安装辅料售价通常比市价高,有的甚至高出50%,而且经营者通常在安装时才提出需另行增加管线,消费者往往只能被动接受高价产品。

中国家电维修服务协会会长刘秀敏指出,我国在家电安装服务方面相关法规的缺失和监管力度不够,也一定程度造成了目前安装行业的乱象。北京市消费者协会建议,相关部门应进一步加大对家电行业的管理和执法力度,及时规范经营者的生产和销售行为,企业也应加强自律,通过行业管理与行业规范,完善行业服务标准,构建良好的家电消费生态环境,促进行业健康发展。

(据中国家电网)