

家电·通信 新闻部

负责人: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
“春季电器家装节”优惠将升级

随着清明小长假的到来,大商电器以顾客为中心简化促销方式、主攻热销品类、强化售后服务,将“春季电器家装节”进行升级:4月3日至5日到大商电器购买空调、彩电等大家电,将可以享受更高的价格优惠,其中32寸液晶电视1619元,42寸液晶2609元。

据了解,大商电器“春季电器家装节”优惠升级后,4月3日起消费者在大商电器购买彩电、冰箱、洗衣机、抽油烟机、灶具、热水器后,再购买其他家电即可抵扣相应金额,具体为买电器单件满1500元可抵扣200元,买电器单件满3000元可抵扣400元,买电器单件满5000元可抵扣600元,买电器单件满7000元可抵扣800元,买电器单件满9000元可抵扣1000元。另外,活动期间在所有活动基础上,购买对开门冰箱加送九阳榨汁机,购买3D电视加送多功能DVD,购买烘干洗衣机加送高级羊毛被。

同时,为了相应国家低碳生活的号召,大商电器还专门推出“‘换’享新生活”主题活动,全场所有家电均可在成交价基础上享受10%的以旧换新补贴,此次以旧换新囊括国家政策中大家电的所有品类,另外还加上电饭煲、电磁炉、微波炉、开水壶、厨卫等非补贴品类,并可在所有补贴基础上同时参加商场所有活动。针对即将到来的婚庆高峰期,大商电器还为新人们开展了“一元购买42寸液晶”的家装套餐活动,活动期间单件满999元满足以下条件者,只需再花一元钱即可购买液晶电视:跨品类4件满19999元加送19寸液晶电视,跨品类5件满29999元加送32寸液晶电视,跨品类6件满39999元加送42寸液晶电视。如此大的促销力度在我市绝无仅有。

不仅如此,家电以旧换新来大商电器可以享受三重补贴:国家补贴10%、限额交旧补贴、大商再推超级优惠价,让消费者在大商参加家电以旧换新能够享受更多优惠。

(张海申)

政策未放开

外资互联网电视遭遇空壳困扰

继LG、夏普之后,索尼也宣布将进入互联网电视市场。然而令人担忧的是,国内互联网电视运营政策仍未对外资企业完全放行,目前这些企业的互联网电视产品也备受空壳化困扰。企业负责人向笔者表示,现在就是希望通过扩大市场规模和影响力来推进政策放开。

其实早在2009年,国内企业就开始集体发力互联网电视,而外资企业却迟迟未有动作,只有三星与百度合作研发具有搜索功能的网络电视机产品,试水互联网电视市场。奥维咨询分析师文建平指出,外资企业在国内市场一

直都小心谨慎,政策不明朗的时候不会轻易进入。而家电分析师刘步尘则认为,自2010年谷歌、雅虎进入彩电市场后,大大刺激了外资彩电企业的热情,目前除了索尼,外资企业三星、LG、夏普等也相继与互联网电视内容牌照运营商签订了合作协议。

然而空壳化的忧虑却仍然存在。华数传媒集团总裁励怡青向笔者透露,2009年国家广电总局已经放开了对内资品牌的监管,而外资品牌却没有获得这样的许可。“对于外资电视何时能够获得合法的资质,广电总局还没有明确的

时间表。”索尼方面相关负责人向笔者表示,互联网电视市场未来将会打开,索尼也不会放过这一市场,正积极为此做准备。“索尼做的一切也肯定遵守国家的法律法规,不会与政策产生抵触,而索尼的电视也不会马上面市,等到8月才会进入市场。”对于外资品牌尚未获得运营互联网电视的许可,就纷纷进入这一市场的行为,励怡青认为互联网电视是三网融合的产物,企业不可能在政策完全放开的时候才进入,那样肯定会“慢半拍”。目前,外资品牌的电视还没有大面积上市,等到上市的时候政策可能会有松

动,外资企业在互联网电视领域做的努力有一定的风险,但也是借市场影响力在和政策博弈。

去年4月末,广电总局发出双重监管文件,要求互联网电视采取“集成+内容”的管理模式,由广电总局颁发集成服务牌照及内容牌照,而互联网电视生产厂商必须“一对一”绑定拥有集成业务牌照公司的客户端,并选择有内容牌照的提供商。一位接近广电总局的人士透露,目前各牌照运营商也在和总局协商,希望外资企业能够早日享受到和内资企业在互联网电视上相同的政策。

(孙聪颖)

家电以旧换新

今年前三月销售达400亿元

笔者从商务部获悉,截至3月28日,全国家电以旧换新销售额累计达1611.2亿元。就在今年3月3日,家电以旧换新销售额刚刚突破1500亿元,不到一个月时间销售额超过100亿元。

数据显示,截至3月28日,家电以旧换新带动销售新家电4270.1万台,回收旧家电4422.9万台。家电以旧换新五大类品种中,电视机销售1512.6万台,占比35.4%;空调销售938.3万台,占比21.9%;电脑销售677.1万台,占比15.9%;冰箱销售

578.7万台,占比13.6%;洗衣机销售563.4万台,占比13.2%。

去年全年,家电以旧换新共带动消费1211.1亿元,相当于每个季度销售300亿元左右,今年到目前为止已销售了400亿元。家电以旧换新政策将于今年年底结束,业内人士表示,这是政策结束前的小型集中放量销售,扩大消费促进内生性增长是“十二五”工作之重,应注重扩大消费政策的延续性,继续实施家电以旧换新。

(王芳)

移动安全关键在于浏览器安全

据国外媒体报道,来自Forrester公司的分析家认为,如果安全专家要确保企业中使用的移动设备是安全的,那么他们必须充分关注浏览器的使用。该公司首席分析家Chenxi Wang认为进入企业的移动设备肯定会使用移动浏览器或者本地程序中的嵌入式浏览器,因此浏览器安全很重要。

Wang认为IT安全的一个重大改变就是终端数量爆炸,越来越多

的雇员将个人移动设备带入工作,她极力呼吁IT部门开展终端自动化管理,并将其融入桌面管理。同时,随着移动终端的增多以及云服务的使用,信息安全专家需要对数据的密级进行区分,因为企业的边界已经扩展了。

最后,Wang呼吁安全专家对企业负责,告知企业安全风险是什么,在哪里。

(据赛迪网)



3月29日,联想集团与苏宁电器在南京举行移动互联网战略合作签约仪式,双方在移动互联网及数字家庭业务方面达成了多项战略合作协议,并确定了近期销售10万台乐Pad的目标。图为签约仪式现场。

家美净负离子保健灯

让你享受清新健康生活

本报讯(记者 姚广义)信阳龙翔科技有限公司独家代理的家美净负离子保健灯,响应国家“低碳减排”号召,将负离子和节能灯有机地结合在一起,有除尘灭菌、净化空气的功效,让消费者享受那种似乎置身于大自然之中的清新健康生活。

该种保健灯是现代高科技与节能照明相结合的产物,它是国家科技重点攻关项目,采用高新等离子技术,通过释电产生负高压端的碳纤维释放电后产生自由电子,与空气中的氧分子结合生成负离子。负离子电离空气,产生高浓度的氧离子(使空气中氧离子的浓度可达到350万个/m³,超过瀑布、森林的3倍),并巧妙地借助灯光辐射及波动效应作用,进一步激活氧离子的活性,帮助氧离子快速均匀地扩散到整个室内空间,当氧离子与空气中的细菌(如大肠杆菌、霉菌、螨类等)细胞结合后,使细胞内部能量转移结

构改变,导致其死亡,并使空气中烟雾、有害气体(苯、甲苯、甲醛、氨等)和飘尘、花粉等可吸入颗粒物聚集,进行无毒反应,分解至自然沉降脱落,从而达到净化空气又不产生二次污染的理想效果。

负离子被称为“空气中的维生素”,其作用有提高抵御癌细胞活性的自然杀手NK细胞的功能,抑制癌细胞的生成与变异;抑制血清胆固醇的生成,净化血液,使巨噬细胞活化,防止脂质沉积于血管壁;抑制无色三烯的生成,使机体不易引起过敏或发炎症

状;抑制肾上腺素的产生,使末梢血管扩张,改善血液循环,维持血压的稳定;防止引起动脉硬化或肝脏功能障碍的首要因素——过氧化脂的产生,使各组织细胞活化、增强免疫力,对于维持人体健康具有极大的作用;使细胞新陈代谢旺盛、提高其自然治愈力,防止细胞老化、创造年轻的身心等。

使用家美净负离子保健灯有杀菌功能:除尘灭菌,消除室内装饰装潢人造板及其制品中的甲醛、甲苯等物质;消除烟尘:氧分子与烟雾粉尘进行电极中和,使其自然沉积,

消除二手烟危害;制造活性氧:激活空气中的氧分子,使其活跃而更易被人体吸收,预防“空调病”;改善肺功能:人体吸入氧离子,肺部可多吸收氧气20%,多排出15%的二氧化碳;美容养颜:激活肌体多种酶,促进新陈代谢,延缓人体衰老;增强抗病能力:改变肌体反应能力,活跃网状内皮系统机能,增强免疫力,促进儿童生长发育;改善睡眠:精神振奋,提高工作和学习效率,改善记忆,有明显的镇痛作用;保护作用:中和家电的高压静电,消除高压静电对眼睛的伤害,预防近视等。

空调双雄决战

格力下半场发力赢美的

□陈怡

竞争白热化的家用空调市场,格力、美的双雄正展开激烈拉锯战。2010年年中报发布,美的以微弱优势超过格力,10年来首次超过格力获得中场胜利。但是,随着2010年双雄年报的公布,美的未能笑到最后,美的全年空调及零部件实现收入482亿元,低于格力的551亿;净资产收益率方面,格力以36.51%高出美的近7%,格力的股东投资回报更高。

市场PK:格力专业技术强获胜

2010年年报显示,格力空调主营业务空调营收551亿,美的电器空调业务营业收入482亿元,差距仅约70亿元。此前,在空调双雄的竞争中,美的一直落后于格力,但双方的差距很小。2010年中报出炉时,美的曾以258.55亿元的营收,超过了国内空调业保持了10年老大地位的格力电器(格力上半年收入251.45亿元)。

安信证券家电分析师萧展鹏介绍,美的在2010年上半年胜出,主要得益于渠道优势(专营店加大卖场)。同时,在格力主攻变频空调的情况下,美的转向变频空调,业绩获较大增长。但是,格力毕竟实力雄厚,为挽回市场,格力推出了变频空调,该变频空调技术运用的是国际领先的G10低频控制技术,更加省电并获得市场认可,因此在下半年扳回一城,笑到最后。数据显示,去年第三季度格力电器所占市场份额显著提高,达到38%左右。

毛利率方面,格力以22.31%领先美的的17.68%,显示出龙头的挣钱能力。与此同时,格力在股东回报方面也优于美的,格力的加权平均净资产收益率36.51%,高于美的29.54%。“格力专注做空调,拥有一定的核心技术,使得它在市场竞争中更占主动。”萧展鹏认为,去年的空调海外市场销售,格力销售额为97.51亿元,增长67.12%,比国内增长40.23%高出近20%,主因是技术实力形成的品牌影响力。

“荷包”比拼:美的多元化互补占优

在家电行业,格力的专业化经营与美的的多元化经营一直备受关注,两者之争也代表了两种不同经营模式的对决。2010年年报显示,格力经营活动产生的现金流量净额6.16亿元,同比下降了93%。但美的则为54.46亿元,同比增164.81%,显示出多元化经营后的互补优势。

格力年报解释,现金流量净额下降主要是因为公司减少票据贴现,同时前期应付票据大量到期增加了现金流出,导致经营活动产生的现金流量净额下降。此外,多元化的美的在资产负债比上也比格力优。年报显示,美的2010年年底的资产负债率是61.04%,格力则是81.17%,但从企业经营来看,双方都未达到100%,资产经营情况较佳。

未来之战:中央空调市场再决胜负

经营方式不同的空调双雄,他们在营销策略及产品开发上各有侧重,但是有一个市场是他们同时关注的,那就是中央空调。美的和格力一致认为,未来中央空调有较高的增长潜力。萧展鹏介绍,国家统计局在今年1月发布的报告显示,格力的市场占有率达24%,美的为21%,在中央空调方面,目前格力、美的、志高均有机会做大,决胜关键在于技术和产能规模上的筹码。

去年,格力和美的均为扩展中央空调业务向资本市场募资。美的电器在中央空调上募集资金投入13亿元,预期投产后财务内部收益率为29.2%,投资回收期为5.4年;格力围绕中央空调共有总部技改和武汉两个项目,募集资金分别为6亿元和5亿元,预期投产后内部收益率为32.81%和32.50%,投资回收期分别为4.96年和4.68年。

(据《南方都市报》)

信阳第四届车展暨 2011 中部名城汽车巡展·信阳站

4月9日—10日 平桥世纪广场

主办:信阳日报社 信阳晚报社 中国汽车报社

汽车模特招聘正在报名之中.....

咨询电话:18937681234 13837664028