

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 全力进军家电零售企业前三甲

大商电器是中国家电销售领域著名品牌,是大商集团商品经营的最强项之一。大商电器总部设在大连,立足东北辐射全国,在东北、华北拥有专业电器连锁店达200家,资产市值总额超过百亿,连续10年保持了销售年均递增30%以上的高速度,是家电类商品在东北地区销售的“主渠道”和“宽带网”,成为东北家电市场的龙头霸主。大商电器连锁实施统一采购、统一配送的方式,用定制、报销、买断、大订单等策略,最大限度获得价格优惠,从而保证了大商家质优价廉。完善的售后服务体系,一流的现代化物流配送体系,高素质的售后服务队伍和一整套完善的售后服务制度体系,是大商电器连锁的规模化经营的基础。目前,大商电器正全力进军家电零售企业前三甲,并制订了加密东北店网,完善县镇销售网络;力拓华北店网,巩固中原优势;沿长江水线东拓西进的“店网型”连锁拓展战略。大商电器将家电连锁门店点状分布思维转向网状分布思维,将每一个门店变成店网中的动态点,从而真正实现点点互联、店店协同的连锁布局优势。有效地规避了传统家电连锁“开业红火营业难;开店容易守店难”的两种连锁扩张模式,以及其带来的扎堆开店、内部竞争、经营亏损等连锁扩张风险问题。20余年的商业文化积淀,使得大商电器“更专业、更省一点”的经营理念,成为内部约束员工行为的准则,外部获取顾客口碑的法宝;商品全、服务优、价格廉、信誉佳四大特色服务,则成为大商电器区别于传统家电连锁“潮流化”的显著标志;而“同心求发展携手创繁荣”的战略联盟厂商合作理念,则使得大商电器较之于传统家电连锁成为“得道多助”的受益者。取传统家电连锁统一采购、定制包装以及OEM、大单采购之长,扬百货店、专业店复合式家电连锁之优,作为百货连锁双驱动模式代表者的大商电器,证明了优秀的“马拉松选手”必须是拥有耐力、体力、智力和爆发力的全能型选手。(张涛申)

企业扩张产能 冰箱竞争升级抢占高端市场

冰箱作为传统家电产品之一,近年成功跨越节能升级、制冷剂替代等技术门槛,当前又进入了产品升级期。产品升级带来的产业升级,也给企业带来机遇,使得今年的冰箱销售旺季,将成为冰箱企业重新构建竞争格局的机会。竞争格局存变 在冰箱市场上,海尔凭借多年的发展占据龙头地位,紧随其后的几大品牌的市场份额差距较小,这也意味着随着冰箱销售旺季的到来,这几家市场份额差距并不明显的品牌所取得的销售业绩,将直接改变其市场排名,不进则退。而在营销大战正式开启之前,冰箱巨头们已经提前开始了新一轮产能扩张:海尔近日在合肥动工兴建设计产能为320万台绿色环保冰箱项目,此前该基地的年产能仅为300万台,加上此次投入运营的3条生产线,海尔冰箱合肥生产基地的年生产能力将超过600万台,成为全球最大的单体冰箱生产基地;冰柜新贵品牌美的亦不甘示弱,累计投资7亿元对冰箱荆州工业园进行扩能改造,已形成冰柜、冷柜年产能500万台、销售收入突破50亿元的规模;外资品牌亦加入了产能扩张大战中,西门子家电又一冰箱生产基地——博西电器(安徽)有限公司也在今年3月奠基,该冰箱基地总投资达8亿多元,预计今年12月建成,并于2013年正式投产。届时,该工厂年最高产能可达520万台。此外,去年年底美菱非公开发行股票募集12亿元资金,投向豪华冰箱生产基地、冰柜扩能项目、环保节能冰箱扩能项目等。抢占高端市场 具体到品牌的竞争策略来看,过去谈及中外品牌的区别,产品定位是一个明显差异。不过时至今日,在冰箱中高端市场,已经不再是外资品牌的优势领域了。海尔自推出高端子品牌卡萨帝之后,在高端冰箱领域收

人不断走高,一举奠定了中国品牌在高端冰箱领域的地位;美的在去年年底一举推出凡帝罗法式冰箱、欧式三门冰箱、对开门冰箱、欧式6F全能冰箱四大系列高端新品,由此完成在高端冰箱上的全面布局。此外,海信、容声、新飞、美菱均推出了高端系列冰箱,并跻身多门、对开门冰箱领域市场排名前十品牌。中怡康总经理魏军认为:“家电业竞争惨烈,利润薄如刀片,企业通过增加高端冰箱的产品线投入,不仅有利于增加企业利润,也可以打造企业的高端形象,赢得竞争优势。”竞争全面升级 中怡康数据显示,今年1月至3月,单门和双门冰箱的零售量都呈现下滑趋势,而三门冰箱实现40%以上同比增长,多门冰箱实现50%以上同比增长,冰箱行业向中高端升级并推动冰箱业技术、价格、服务等竞争全面升级。在价格方面,在涨声一片的消费品市场,三门、多门冰箱的价格出现了回落,今年3月,三门、多门冰箱的均价较去年同期便宜400元左右。在技术方面,海尔近日在节能领域实现大突破,其四季节能冰箱日耗电量仅0.19千瓦时;容声实现冰箱保鲜从“单点”到“全程”全面突破;美的凡帝罗法式冰箱独有双制冷循环系统,冷藏室内可达80%的保湿率,已经接近自然界的极限;三星AW3系列多门冰箱针对中国家庭使用习惯,在功能和外观方面进行了创新改良。此外,多个冰箱品牌还在售后服务方面展开了激烈竞争,多家企业推出“10年包修”承诺。同时,商务部已正式接纳冰箱上门清洗服务标准,并有望于近期正式对外公布。随着冰箱销售旺季的到来,在产品升级带来的行业全方位竞争中,各大冰箱巨头将如何凸显差异化,以良好业绩重新排定市场座次,将是今年冰箱市场最大的悬念。(黄州)

工信部副部长奚国华: 加强网络与信息安全管理

工业和信息化部副部长奚国华近日在中国通信学会主办的2011年中国通信业网络与信息安全管理高层研讨会上表示,要加强网络与信息安全管理,大力发展国内安全产业和新兴信息产业。

奚国华表示,做好网络与信息安全工作,第一,要切实增强做好网络与信息安全管理工作的责任感、紧迫感和使命感,加强网络与信息安全管理,努力探索一条符合我国国情的网络与

信息安全道路;大力发展国内安全产业和新兴信息产业,加大对电信领域重大自主创新项目的支持力度,减少关键基础设施对国外技术和产品、服务的依赖。

第二,要充分认识到技术手段在网络信息安全工作中的重要作用,鼓励和引导电信企业、安全厂商加大网络信息安全技术与产品的研发力度,特别是加强对新一代移动通信、下一代互联网、三网融合、云计算、物联网等新技术、新业务、新应用带来的网络信息安全风险的跟踪研究,探索从源头加强网络信息安全管理办法,构建安全、绿色、和谐的网络环境。

第三,要不拓展和提高网络信息技术支撑服务水平,坚持齐抓共管、密切协作,进一步完善部门之间、政府和企业之间的联动机制,加强信息资源的共享,加强行政监管和技术支撑之间的协调配合,做好应对各类网络信息安全事件的准备,不断提高网络与信息安全管理

整体工作水平。第四,要认真抓好网络与信息安全管理“十二五”规划编制和落实工作。为落实国家“十二五”规划纲要,工信部正在制定通信与网络安全“十二五”发展规划,积极开展相关理论、技术和应用等方面的研究创新,努力实现网络信息安全管理政策、知识储备、技术产品与信息化发展同步,推动和促进电信业全面发展。(据《上海证券报》)

“五一”假期 液晶电视内销规模五年来首现下跌

寄希望“五一”打个翻身仗的彩电厂商再次失望了。据了解,今年的“五一”假期,中国液晶电视零售规模为158万台,同比下降3.7%,这也是5年来液晶电视内销规模首次下跌。

业内人士普遍认为,两大因素导致销量下滑。一是大部分厂商提前促销,分流了节日消费人群。据行业机构奥维咨询(AVC)分析,“五一”假期来临的前一周,液晶电视零售规模同比增幅达到30%,整机厂商利用团购等多种促销形式,提前启动旺季销售,提前消化需求。从市场的角度来看,节前分流已经成为节日促销的常态;另一个原因就是紧俏产品缺货,导致消费需求未能充分爆发。“五一”彩电市场中出现了部分产

品的短缺现象,其中产品主要集中在大尺寸产品及部分具有高性价比的3D产品。

事实上,不仅“五一”市场如此,整个一季度的国内彩电市场的表现都不尽如人意。奥维数据显示,今年一季度内销彩电零售规模达到1046万台,同比下降5.2%;零售额394亿元,同比下降8.2%,这是彩电行业在时隔两年后再次出现一季度量额齐跌的局面。

有分析指出,随着“五一”旺季的结束,2011年中国彩电市场已经悄然过半,对于整机企业而言,上半年的业绩下滑将对全年业绩目标产生很大的影响,彩电企业的压力不可小觑,寻求新的增长点将成为他们的当务之急。(孙聪颖)



5月8日下午,信阳师范学院物电学院在浉河区五星乡红星社区主办大型义务维修活动,在持续3个多小时的维修活动中,先后收到附近居民送修的各类维修物品63件,现场修好48件。据了解,该院每年都会定期举行“义务维修进社区”活动,其维修队伍所到之处,无不受到社区居民的一致好评。图为活动现场一角。文亚倩 摄

成长空间受限 国产小家电品牌或再遇沦陷

日前,有消息称,飞利浦向奔腾提出收购意见,主要是看中奔腾在生活小家电上的竞争力,以及在上海的地块和成套小家电生产制造能力。不过奔腾电器董事长刘建国则希望,以奔腾的品牌和全国性的营销网络作为主要资产出售给飞利浦,目前双方还未就具体的收购内容和金额达成共识。

业内人士指出,近几年逐步淡出彩电、手机和显示器等领域竞争的飞利浦,在小家电领域打造的“优质生活”产品明显得到加强,在剃须刀等个人护理小家电以及榨汁机、吸尘器和空气净化器等生活小家电上,均拥有不错的市场占有率和品牌认知度,这也给跨国并购奔腾电器提供了前提条件。而消息传出后,双方的表态均未明确否认这一消息,也平添了几份并购的真实性。有消息

人士指出,刘建国是比较有意愿卖掉这一品牌的,在奔腾电器的官方网站上,刘建国最新的“事迹”是当选“温州首届十大财经新闻人物”,奔腾电器也不讳言其当选的理由是“以收购日本本田(HONMA)高尔夫株式会社的大手笔动作而当选”。从家电代理商到小家电零部件供应商再到OEM制造商,刘建国一手创立的奔腾电器,主要以生活类和个人护理类小家电为主。不过赚到“一桶金”后,刘建国对于电器实业的兴趣已经锐减。分析人士指出,其背后的原因可能很清晰,奔腾电器的定位并不是很清晰,成长空间受到限制,“现在卖出去,起码有个好价钱”。(据《广州日报》)

武汉移动广电携手 首推三网融合套餐

日前,武汉移动与武汉广电共同签署“三网融合、共建G3数字家庭”战略合作协议,三网融合正式走入寻常百姓家。通信运营商与广电联合推出三网融合套餐,这在全国属首推。

据了解,从即日起,武汉市民在市内移动营业厅、广电各营业点办理“三网融合家庭套餐”,仅需1399元年费即可享受2M宽带(一年期)、互动高清电视以及600元话费。中国移动武汉分公司总经理李健介绍,三网融合家庭套餐满足家庭用户同时通话、上网、看电视的需求,资费比原来各自分开收费最高降幅达70%。同时,移动用户还可享受专属的VIP影音专区,每月优先享受最新的12部电影和两部电视剧。

带和数字电视费用。另外,随着此次与武汉广电的签约,手机电视频道将会越来越多,还能点播高清电影。比如用户在家里正看一部电影突然有事要出门,那么他出门上了出租车后可以打开手机继续收看,而且不加收其他费用。这是最新流行的“甩信”业务,同时也是三网融合新业务的一种。武汉市广播电视局局长吕值友表示,在三网融合中,最大的亮点就是宽带并不是以往常见的宽带线路,而是通过数字机顶盒连接,向用户提供2M宽带网络,这样用户就可以一边看电视一边上网了。

据了解,去年6月30日,武汉获批进入中国首批12个三网融合试点城市,以“光城计划”为特色,全面启动三网融合试点工作。(白为民)

日产数码相机因缺货涨价 平板电视未受影响

日本地震已过去近两个月了,但因地震造成部分电子工厂停产的影响,目前中国市场的数码相机已经开始出现缺货,一些商家则开始对存货提价销售。不过同样以日本为主产地的平板电视目前尚未受到影响。

记者近日在北京地区一些家电卖场看到,数码相机确实出现了货源短缺现象,尤其是高端单反相机的缺货现象更为严重。而一些有存货的商家目前也对价格进行了大幅上涨。以时下市场热卖的尼康D90单反相机为例,记者昨天从京东商城看到,该机型号价格已由此前的7099元涨到7799元,而且被网站特别冠以了“稀缺货源”的提示。苏宁易购的尼康D90虽然标价还是7099元,但显示为缺货,只有一种7500多元的组合套装还有货。记者昨天从北京的部分家电卖场采访时也了解到,像D90现在基本

都没有现货,顾客只能先预约,但具体何时到货则无法保证。同时,受到货源影响,目前很多型号的数码相机都出现了涨价,其中中关村电子市场的日系数码相机价格普遍有10%左右的上涨。家电卖场的数码相机价格虽然也有小幅上扬,但幅度远没有电子市场那么大。据一家卖场数码相机负责人介绍,其实他们并没有对产品调价,但由于以前货源宽松时,卖场会向供货商争取更多的促销资源,但现在货源紧张后,供货商收紧了资源导致价格上涨,幅度通常在二三百元。

除了数码相机,目前市场上的平板电视以及其上游元器件也均来自日本工厂。不过记者近日从有关商家了解到,目前市场上的平板电视销售情况比较稳定,没有出现货源短缺现象。北京国美(微博)市场部经理瞿文

超表示,目前平板电视的屏资源有日本和台湾两大产地,而且国内的彩电整机厂也较多,因此日本灾情的影响并不大。他透露,目前各厂家的平板电视促销政策依然在持续,国美周末的例行促销也仍将继续。新七天电器网CEO左英杰昨天也表示,以夏普、松下、索尼为代表的合资品牌电视受到地震的影响几乎可以忽略不计。他解释,夏普进口平板电视的屏生产基地设在日本龟山,距离地震区域较远;松下在上海拥有全亚洲最大的等离子电视屏生产基地;而索尼电视则采用三星屏,并且后期代工则是由台湾、内地的OEM厂商完成。“但不排除有些小渠道商会利用此次日本地震而哄抬日本进口电视价格,但这对主流渠道来说影响甚微,希望广大消费者理智消费”。(据《北京青年报》)

八方电器平桥店开业迎宾

本报讯(记者 赵建)日前,位于平桥大道的八方电器平桥店盛大开业。该店地处平桥最繁华的黄金地段,八方电器的入驻更加增加了该地段的商业氛围,也为当地消费者提供了一个更加完美、便捷的家电购物场所。

目前,八方电器在信阳已经拥有两家卖场,其中平桥店经营面积1600平方米,硬件设施齐全,门前拥有大型停车场,便于顾客停车购物;其商品涵盖彩电、冰箱、

洗衣机空调、数码、厨具、生活小家电等上百种知名品牌,万余个规格型号,能够满足消费者一站式购物需求,家电下乡和以旧换新补贴更是方便快捷。

据了解,从2003年正式进入信阳以来,八方电器无论是在产品价格、售后服务



图为八方电器平桥店外景。赵建 摄

还是品牌知名度上,都已深入消费者心中。业内人士称,八方平桥店的开业将打破平桥现有的家电格局,将成为平桥家电卖场的新标杆。

骗子用上显号软件 “来电显示”随意设定

“有一个开车的吴先生接到了电话号码为020—95512打来的电话,对方称是平安总部,并告知其投保平安电话车险可享受更多优惠,承诺5000元以下的理赔业务不需要打95512报案,只要找他们就可以办理。”经吴先生告诉记者,在电话中业务员对开车人承诺,车辆投保前如有小的碰撞留有划痕,他们可以帮忙修好,不用验车,同时向其列了一大堆各种名目的所谓“车主卡”,表示其投保后可随礼赠送。吴先生便叫这位业务员留下联系方式及姓名,但这位业务员就是不肯,还请稍许考虑,会再次打过来。吴先生觉得蹊跷,随后打电话到平

安保险咨询,发现根本不存在“020—95512”的销售电话。据民警介绍,并不是所有人都像吴先生这么警惕,有不少人一不小心就被骗去了数千元。

骗子用上显号软件 来电显示想咋设就咋设 “只要有一个显号软件,就能够轻松地将对对方来电显示的电话设置为‘020—95512’,确实具有一定的迷惑性。”民警提醒,车主在接到电话或者短信的时候要留意特别来电号码。一般而言,财险公司都有统一的专属客户热线,如“955XX”、“400XXXX”为开头,如平安电

话车险的全国统一呼出号码为021—95512,安邦财险是95569。如接到普通号码的来电直接进行保险推销的就一定要引起高度警惕。除了要进行号码的鉴别之外,还要注意识别保单的真假,正规的电话销售保单上应有各公司的统一标识。以电话车险销售为例,获批进行电话车险销售的公司都是要经过中国保监会的批准,这就包括有电话车险销售电话和电话车险产品条款。因此通过保险公司电话车险购买的客户在获得的保单上一般都有“XX公司电话营销专用机动车辆保险单”等类似字样,同时也会用醒目的字体标识出电话车险的销售电话。民警提醒,在购买了车险后,可以通过拨打保险公司的客户热线或到保险公司的网站进行自主查询,了解投保保单的情况。(据《扬子晚报》)

□常经值 郭靖宇

近日,常州市警方经侦部门主动与记者联系,希望通过媒体提醒广大市民注意,近期以电话车险为名实施诈骗的案件有所增加。

有人打电话推销车险 就是不留姓名 电话车险是一种新型保险营销模式,是以电话为主要沟通手段,借助网络、传真、短信、邮寄、速递等辅助方式,通过保险公司专用电话营销号码,完成保险产品的推介、咨询、报价、保单条件确认等主要营销过程的电销保险业务,由于没有中间环节,为车主节省了时间,近年来深受广大车友的欢迎。但一些不法之徒也利用这新生事物,冒充电话车险工作人员销售、续保车险进行诈骗。不少地方频繁出现以020—95512为推销号码的仿冒“平安电话车险”,使不少车主上当受骗。