

家电·通信 新闻部

负责人:孙道远

电话:0376-6190619

邮箱:wbsdy@189.cn

家电·通信投诉热线 0376-6190619

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。

家电产品最怕啥? 八大产品使用禁忌

家电是我们每天都频繁接触的产品,在使用过程中难免会遇到各种问题,我们该如何预防问题的发生呢?下面我们就来了解一下:

电热水壶最忌碰撞内胆 碰撞会使内胆底部变形,不能与电热板很好地吻合。另外也忌煮酸、碱食物及用醋、食盐、食碱等带腐蚀性的调味品。否则会腐蚀金属内胆,缩短使用寿命。

电冰箱最忌倾斜 因为压缩机是用3根避震弹簧挂在密封的金属容器中的。一倾斜就有脱钩的危险,压缩机内部的润滑油也有可能流入制冷系统,影响制冷效果。因此,在使用冰箱过程中或搬运时,千万不能使冰箱的倾斜角大于45度。

洗衣机最忌倒入开水 倒入开水容易造成塑料箱体或塑料组件变形,也会造成波轮轴密封不良,形成漏水。所以使用洗衣机时,应先加入冷水再加入热水,且水温不宜过高。

电风扇最忌碰撞风叶 风叶变形会导致运转不平衡,风量小、振动大、噪音高,从而缩短使用寿命。对于变形的风叶千万不能使用,要加以修理。

彩色电视机最忌磁场干扰 彩色电视机上面及附近不能放置磁性物体,更不要将收录机、音箱及其他带磁性的物体在荧光灯前移动。否则显像管的部件会因磁场影响而被磁化,从而造成色彩紊乱。

电热水壶最忌空烧 因为电水壶若无水,会使电热管发热温度急剧上升而烧毁电热管发热器,甚至发生电事故。

相机最忌不拆电池 电子照相机、袖珍收录机等最忌不使用时把电池放在机器内。时间一长,电池会腐蚀机器内部,尤其是袖珍机体积小,元器件密度高,一旦线路板被腐蚀,很难修复。

更高的要求。 3.下载速度的快慢。 4.是否是1080P全高清与读取格式数量的多少。全高清可以收看更清晰逼真的画面,更多的支持格式意味着有更多的影片可供下载欣赏。

5.下载方式是否可以支持后台下载。它可以边看电视边下载影片,同时进行,互不耽误。 6.字幕解码是否可以读取蓝光内置字幕,图文并茂,更完整欣赏大片。

7.关注其他人性化设计,比如旋转底座、电视机外设开关键以及电源线三插头与粗缆等。(据万维家电网)

互联网“冷战思维”令人忧

互联网发源于美国。美国控制互联网的大部分域名和服务器,拥有一大批互联网跨国公司。与其他国家相比,美国在网络空间拥有巨大优势。然而,今天互联网已经成为全球亿万人民共同使用的重要基础设施,具有公益性而不再为谁所独占,美国却在冷战思维的指导下,试图利用其优势谋求战略利益,并把网络空间定义为一个新的战场。这一动向引起广泛担忧。

担心一:破坏网络空间国际互信。位于华盛顿的“电子隐私信息中心”执行主管马克·罗滕贝格说,对于美国在网络的霸权,“其他国家有理由担心,因为互联网是一种国家资源,对各国的经济、安全至关重要。有关国家不会希望依赖其他国家。”

担心二:美军网络武器可能伤及无辜。对网络攻击进行伪装很容易,美军很可能无法确定攻击来源。英国《新科学家》杂志说:“五角大楼所瞄准的那座大楼内,或许实际上位于一个无辜国家的烟囪。”

美国驻欧洲空军部队律师查尔斯·威廉森反问说:“如果恐怖分子用在美国境内劫持的一个服务器攻击以色列的话,那么以色列是否可对那个美国服务器实施打击呢?”

担心三:引发网络空间的国际对抗。俄罗斯《共青团真理报》分析说:“美国已经准备对互联网上的敌人发射巡航导弹,而其他国家对美国却没有这种能力。因此,各国很快将着手建立自己的互联网国家防线……俄罗斯恐怕也会不可避免地参与到这场新的冷战当中来。”德国《明镜》周刊网站也报道说,德国“正在准备网络战争”。

对于美国强化网络主导权的行动,英国《金融时报》评论说,冷战式的威慑并不是建设更安全互联网的理想选择。(据《科技日报》)

选购互联网电视必须注意的七要素

目前,在选购液晶电视时,具有上网功能的互联网电视吸引了许多消费者的眼球。那我们在选购网络电视之时,应该注意些什么呢?下面一起来看看吧。

1.影片解码功能要强。具有更强的解码能力,可以更好的支持高清格式影片的播放,用户可以用更快的速度搜索到更多的影片,观看在线视频时画面也更为流畅。

2.查看电视机的点播形式是单点播还是双点播。所谓双点播是指可以实现互联网中压缩方式(H.264/VC1/RMVB)、非压缩方式(Flash)片源的双重在线点播,这就对机芯提出了

能迅速扩张,预计到2015年的年产量将超过1亿台,但按业内最乐观的估计,届时市场容量只有8000万台左右,供大于求的态势明显。

“家电下乡工程的实施,带动了农村市场的家电消费,促使洗衣机行业规模在这两年急剧扩大,如果相关政策终止,必将导致农村家电消费萎缩,企业为了不失去这片市场,彼此间的竞争必将加剧,价格战、技术革新、服务升级等手段将成为常态。”在洪仕斌看来,市场容量不会无限放大,而每个企业都在强调增长,这必然导致竞争能力较弱的企业被淘汰出局。而奥维咨询则分析认为,在未来的3年至5年,家电行业的洗牌将会加剧,行业可能会发生较大的并购行为。(成报珂)

口及过滤器清洗,室外风机与冷凝器清洗等。由于中央空调一般在5月份才开始使用,美的中央空调把免费清洗服务延长到5月底,让更多的用户享受“美的服务”。

美的中央空调向全国开通的24小时售后服务电话4008899315可同时接通1000线,以确保消费者能及时地与厂家取得联系。同时还要求所有的售后人员在接到美的中央空调用户的保养服务请求后,都实行无缝对接,跟进到底,对用户100%负责,让用户充分获得受尊重、有自由、有品位的消费体验。同时,美的中央空调从2011年开始投入2亿元巨资用于提高服务能力,不断扩大服务网络,提高服务水平,为客户提供更多的实惠,打造中央空调行业服务第一品牌。(武继军)

美的首家启动中央空调免费清洗

引领行业服务升级

自去年7月由美的牵头起草制定的家用空调清洗服务标准,通过了国家商务部的审批正式颁布实施后,今年3月由美的牵头制定的冰箱、洗衣机两大品类的清洗服务标准,也已通过中国家电服务维修协会的审核批准,正式上报国家商务部颁布实施。此外,中央空调清洗服务标准由美的中央空调正在起草。也正是由于美的在家电行业上创立了标杆,中国家电服务维修协会为了提高行业的服务水平,宣布美的制冷集团为“首家家电清洗服务示范企业”,授予奖牌与证书,并号召家电企业向美的看齐。

据了解,美的中央空调在并入中国营销总部之后,不仅产品销量大增,服务能力也在不断提升。从3月1日开始,美的中央空调展开了免费检测、清洗活动,以回馈广大用户。本次清洗活动的对象包括重点工程用户与零售用户,不管设备是否在保修期内,都可以提供免费服务。服务内容包括机组检查、空调系统调试、控制系统检测,室内机的风



尼彩手机自本月初进入我市市场以来,以其实惠的价格、过硬的质量、优越的性能及时尚的外形而深受广大消费者喜爱,每天到专卖店选购手机的顾客络绎不绝。图为顾客正在位于中埠路上的尼彩工厂店内选购手机。



日前,第一届夏季家电展销大会在亚兴电器东风路口店举行,展销会云集国内知名电器品牌参会。据悉,此举是为了落实国务院关于“稳定消费价格,保证市场供应”的要求,同时也是拉动内需、扩大消费、搞活流通,把家电以旧换新和家电下乡工作落到实处。图为展销会现场。覃君摄

美国频频“出招”

硝烟隐现互联网

最近一段时期,美国频频“出招”,围绕5月中旬推出的《网络空间国际战略》,扩张其在网络空间的总体优势。一系列带着冷战色彩的政策引起国际社会担忧,网络空间一时间硝烟隐现。

美国这一波动作可分为“硬”和“软”两手。“硬”指美国以硬实力为基础,把军事威慑带入互联网,把网络空间变成“网络战场”。“软”则是指美国政府和某些企业密切配合,努力寻求“软借口”干涉他国互联网管理,为自身话语权的扩张排除“障碍”。

《网络空间国际战略》只有短短30页,但它是美国21世纪第二十年的一份重要政策文件,它把美国意识形态和价值观与美国在网络空间的利益诉求捆绑在一起,向世界“打包兜售”。

最引人注目的是,美国正式把网络空间当作一个新战场,秉承冷战时期的威慑理论,建立由三个部分组成的军事威慑战略:拥有网络武器、制订网络武器研发计划、规定网络武器使用范围。

网络武器正进入美军的正式武器序列。据《华盛顿邮报》6月初报道,五角大楼已经列出网络武器和工具清单,其中包括能够破坏敌人重要网络的病毒。

去年年底,名为“震网”的蠕虫病毒袭击了伊朗核设施的电脑网络,多家西方媒体猜

测,这可能是美国运用网络武器的第一个公开例子。虽然美国政府并未承认,但《纽约时报》等认为,这种蠕虫病毒是美国和以色列合作破坏伊朗核项目的武器。

美国也在积极开发新的网络武器。美国助理国务卿迈克尔·波斯纳在5月中旬透露了开发计划的冰山一角。他说,美国将投资1900万美元开发互联网工具,突破其他国家

对互联网的管理。他毫不掩饰地说:“这是一个‘猫捉老鼠’的游戏。我们在设法比猫快一步。”所谓“影子网络”将成为美国支持某些国家政治反对派的利器。

“如果你关掉我们的电网,我们也许会向你们(重工业区)的烟囪投下导弹。”美国军事官员在谈到本国使用网络武器的原则时如此比喻。《华盛顿邮报》解释说,美军需要获得总统授权才能侵入外国的计算机网络,并“埋”下日后可以激活的病毒。不过在许多情况下,军方侵入外国网络时可以不

必获得这样的批准。

编织干涉借口的“软”功夫 有美国专家说,在网络时代,舆论角逐的强者一定会讲故事,但讲的不一定是真实故事。为了给自己在网络空间的扩张行动寻找理由和假想敌,美国一些人不断宣扬“数字珍珠港”的威胁,即美国的电网和其他重要基础设施可能因遭受网络攻击而瘫痪,并常常把矛头直指其他国家。

政策效应递减

家电行业面临市场拐点

一路高歌猛进的家电业正逐渐失去外界的推动力。继5月底空调节能补贴结束后,家电下乡政策也逐步走向尾声——山东、河南、四川、青岛三省一市首批试点地区的家电下乡政策将在今年11月到期,其他地区将在明年11月

到期,在政策效应递减的情况下,商务部统计的家电下乡数据显示,4月销售量同比下降31%,5月同比仅仅微涨0.9%。

“据我了解,一些二、三线品牌今年销量下滑的幅度达到20%-30%,压力非常大。”中国

电商业协会营销委员会副理事长洪仕斌表示,国内重点城市今年第一季度的冰箱销售量为435万台,同比仅增长8.24%,远低于去年同期水平。洪仕斌认为,洗衣机市场“洗牌”的时间也已经到来,此前在种种利好政策刺激下,洗衣机产

大商电器

制冷商品价格将直降

盛夏消暑,当然少不了风扇、空调、冰箱等夏凉商品,大商电器夏凉节将于7月8日盛大启幕。此次夏凉节将以琳琅满目的夏凉商品、价值不菲的促销赠品和充满趣味娱乐性的开心大转盘,邀请信阳消费者一同感受清凉的大商,共享激情夏日。

据了解,大商电器夏凉节将高举“高效、节能”的大旗,意在信阳掀起一股家电消费的节能运动。作为全国家电市场的龙头企业,大商电器义不容辞地担起提高消费者生活质量的重任,通过正确引导消费者理性选择使用节能家电,与消费者一起迎接家电节能新时代的到来,享受舒适生活。大商电器的负责人称,为筹备夏凉节活动,大商电器仅赠品投入就有10万余元,风扇、空调、热水器、冰箱等夏凉商品更是大手笔让利。

日前,大商电器凭借与众多优势家电厂商建立的战略合作关系,取得了各强势品牌鼎力助阵大商

“夏凉特惠”促销活动。在此次“夏凉特惠”活动中,空调、冰箱、风扇是三大主角,而随着全球能源紧缺问题不断升级,环保意识不断增强以及人们对健康生存环境要求的提高,健康、节能、家居舒适化家电逐渐成为流行趋势。在这次活动中,大商电器联合众多空调、冰洗以及电风扇厂商,重点推广节能空调和节能冰箱,消费者可以在“夏凉特惠”活动中购买到节能、健康、低价的产品,如此同时,大商电器还大打“价格直降”牌,全部商品的整体价格一降到底,并且还将推出多种促销让利活动和精美礼品逐级送活动。此外,作为夏凉产品“配角”的大屏幕液晶、平板电视和厨卫等品类,也都将都有大幅度让利活动,并且还还保证售后服务也同步升级,进一步缩短安装时间、提高安装质量,让顾客到大商电器真正做到放心、无忧。

(张海中)

如何选购3D电视?

□舒彤

目前,3D电视无疑是家电卖场最畅销的热门产品。由于成像原理与传统电视不同,因此在选购3D电视时需要适当注意背景光调

首先,要看3D电视是否能在灯光充足的情况下正常收看。观看电视时需要适当的背景光调和电视画面里发出的光,否则长期盯着高亮度的屏幕会给眼睛造成极大的伤害。而有些3D电视因为发光原理,在灯光下的表现并不尽如人意。因此在选购时,可要求促销员开灯观看(特别是

有3D效果的内容),如果发现屏幕闪烁得很厉害,尽量不要购买。

其次,要搞清楚3D电视的“重影”现象是否严重。也是因为3D的成像原理,一些低价的3D电视产品会有一定的“重影”现象,在播放快速3D画面时尤为明显。而孩子的眼睛对“重影”现象特别敏感,长时间

观看,会产生眩晕感,甚至更严重的不适,因此,消费者在选购时一定要重视“重影”现象。

再次,要看3D电视的视角是否够广。因为3D电视的可视角度没有普通电视大,特别是观看3D内容时存在着最佳的观看区域。所以在选购3D电视时,大家应该尽量在远近、左右等多个角度进行试看,如果可视角度过小,势必会影响全家范围的观看效果,这样的产品就只能放弃了。

最后,要注意3D电视最重要的配件——3D眼镜是否容易佩戴。因为许多消费者本身就戴眼镜,在观看3D内容时还要额外地佩戴3D眼镜,后者的舒适度和方便性自然就变得十分重要。在选购3D电视时,一定要注意其所搭配的3D眼镜的种类、样式以及价格,并针对家庭成员的情况全面进行衡量。

(据《北京晨报》)

中国3G用户突破7000万

□陈静

国内三大电信运营商6月20日披露的数据显示,今年前5个月,三大电信运营商3G用户继续保持稳定增长态势,首次超过7000万户大关,达到7376万户。

第一创业研究员任文杰表示,从目前三大运营商3G用户数据来看,三家公司所占份额相差不大,但是随着三家公司不断推出自身特色的服务以及网络质量的差异,三家公司之间可能会拉开一定的差距。

中国移动3G用户超3000万 中国移动6月20日披露的5月份最新营运数据显示,公司5月份净增客户502万户,其中3G客户净增262万户,公司3G用户总数累计已达3200万户。

截至5月底,中国移动净增客户502万户,较4月份的530.9万户,增速略为放缓,累计用户总数则达6.11亿户。3G方面,5月份净增262万户,较4月份的239万户,增速加快,升逾9%,其3G累计用户总数达3200万户。

中国移动管理层此前曾表示,中国移动今年3G客户净增长目标为2500万户。

中国联通公布5月份最新营运数据显示,截至5月底,公司3G用户净增173.8万户,较4月份的181.7万户轻微放缓,3G用户累计达2209万户。2G用户净增58.6万户,累计达15.72亿户。

此外,中国联通固网业务持续萎缩,本地电话用户上月再减30.4万户,但较4月份减少40.2万略为收窄,累计户数减至9584.5万户。宽带

用户净增83.4万户,累计达5126.4万户。

中国电信CDMA用户超1亿 而中国电信5月份主要运营数据则显示,截至5月底,中国电信CDMA用户总数达到1.057亿户,其中3G用户增至1967万户。

数据显示,5月份中国电信CDMA用户增加260万户,其中3G用户增长183万户。在固网方面,截至5月底,中国电信本地电话用户数较4月份减少48万户,缩水至1.72亿户。此外,宽带用户数较4月份增加104万户,达到6886万户。

中国电信集团公司总经理王晓初表示,“CDMA终端产业链最困难的时期已经过去”。王晓初还透露,公司5月份在售CDMA手机款型总数超过800款,今年CDMA终端计划销售6000万部。

王晓初表示,2008年中国电信接手CDMA网络时,CDMA用户数才2800多万户,目前中国电信CDMA用户超过1亿。

在日前“中国电信3G手机交易会”上,中国电信联合数家手机国代商宣布联合采购4000万部终端,规模之大为历史之最。

对于智能手机,中国电信明确了今后天翼3G手机的定制要求,即集中力量打造以4.0寸屏为主的

中档智能手机。王晓初还提出中国电信的智能手机市场目标,今年将继续大力发展3G智能手机,实现3G手机占CDMA终端整体市场的50%,其中3G智能手机要占3G手机整体市场的50%。(据《中国证券报》)