

美的在实现国内变频空调市场份额“三连冠”之后

全面发力全直流变频空调市场

本报讯(记者 孙道远)2008年,美的空调开启了我国空调的变频普及进程,如今美的空调再度发力,凭借突出的核心技术、过硬品质和优质服务等综合优势拔得头筹,步步为“赢”,掌握了未来空调市场的命脉,在整个空调市场中扮演了最为重要的领导角色。

“美的空调已建立了变频全产业链一体化

的核心竞争力,并掌握了全球变频空调最为核心的黑匣子技术,不仅具备了普及变频空调的能力,还掌握了领军变频空调产业升级的综合实力。”信阳美的制冷产品销售有限公司总经理陈锐表示,全直流变频空调代表了全球变频空调的最高技术标准,需要企业掌握从压缩机、室内外风扇电机、变频控制模块到整机的

系统创新能力。目前,在中国市场上只有美的完全掌握了变频核心技术,并建立起了全产业链竞争优势。

同时,在经历了多年的价格战、概念战、渠道战、产能战之后,空调行业的市场竞争已回归到满足消费者需求,即“服务”这一核心问题上,服务日益成为竞争的焦点。美的承诺,从

2012年3月1日起,凡购买美的全直流变频空调的消费者,自购买之日起2年内,若因产品本身质量问题可享受“免费包换”服务,而美的此前一直实施的“变频空调无条件十年包修”政策继续有效。在服务升级成为竞争焦点的今天,真心实意为消费者长久利益着想的,更能赢得消费者的“芳心”。

也正因为如此,国家信息中心的统计数据显示,自美的于2008年9月发起变频普及风暴,国内变频空调的市场份额从2009年的17.37%、2010年的24%,一路飙升至2011年的38.68%。已经启动的2012年,变频空调占比有望达到45%。过去三年间,美的则以遥遥领先的大幅度优势,实现了在国内变频空调市场份额的“三连冠”。

80万台废旧家电 怎样变废为宝?

在四川省内江市东兴区的中国西南再生资源产业园区里,堆放着七八百台旧电视,这些电视机,根据尺寸大小和式样进行了归类,整齐地堆放在一起。园区宣传部主任赖艳梅告诉记者,这些电视机,是家电以旧换新政策实施后回收的。“整个园区,共收集了80万台废旧家用电器,空调、电视、冰箱、洗衣机应有尽有。”

这么多的废旧家电,是怎样变废为宝的?近日,笔者探访了西南地区最大的再生资源基地——中国西南再生资源产业园区的生产流水线。

人工拆解一台电视机需15分钟

“目前,我们的分解主要是以人工为主,只有冰箱采用了机器。人工分解得比较清楚,电视机等也比较容易用手工方式分解。”赖艳梅说,废旧家电主要来自苏宁等家电卖场,还有当地家电回收个体户,以废旧电视机居多。

笔者看到,在西南再生资源产业园区分解流厂房里,有电视、冰箱、洗衣机、空调、电脑五大生产流水线。

据悉,人工拆解一台废旧电视机,约需要15分钟,拆解物包括锥玻璃、偏转线圈、五金、塑料外壳、线缆、CRT、电路板等元器件。

机器拆解分离冰箱外壳金属和塑料

专门用于处理废旧冰箱的

流水线,是一台长约10米、宽约4米的大型机器。这台机器价值2000美元,有4个出口,外加1个氟利昂回收系统。

园区投资发展部的李丽弘告诉记者,废旧冰箱回收后,会由工人手动拆除冰箱的压缩机等可拆除装置,留下冰箱的外壳中还有一些金属等物质。将外壳送入到大机器里,按下操作按钮,冰箱中的一部分合金就会直接分解出来,而一些铜、铝等金属则进入另一个管道,经过压缩破碎,进入输送带,再由人工分拣,铜和铝就分开了。与此同时,冰箱的塑料成分会破碎成泡沫和塑料。

再生利用塑料 再加工金属送钢铁厂

笔者了解到,从冰箱上拆卸下的发动机要经过专家检测,合格的会进入市场进行二次出售,不合格的将和其他废弃金属元件一起送到钢铁厂做原材料。“至于塑料,则会进行下一步的清洗,进行再加工。”李丽弘说,园区现在已经建成了清洗线,5月份就会投产。同时,园区正在规划深加工基地,对已经拆除的零部件进行进一步的加工处理。

对废弃资源再生利用的规模化发展,被比喻为“城市矿产”。据了解,该园区自2011年投产以来,已分拣再生资源总量达近90万吨,生产优质再生资源基础原料87万吨。

(据《华西都市报》)

人大代表:让百姓享受红名单不受垃圾短信骚扰

□林衍

在今年的全国“两会”上,全国人大代表、广州市公安局政治部人事处副处长陈伟才用了大部分空闲时间做了一件事——收集人大代表们手机中的垃圾短信。“一周的时间,我已经收集了17条诈骗垃圾短信”。

陈伟才提供的资料显示,仅2011年全国就发生了短信诈骗案件10万余起,造成群众损失40多亿元。曾经与国际刑警组织联合破案的陈伟才介绍,如今东南亚各国已经遍布面向中国的电信诈骗犯罪窝点,“通过改号器将号码转为国内号码”。而诈骗手段则包括假借“法院传票”、“汽车退税”、“涉嫌洗钱”、“邮包涉毒”等缘由诱使事主上当。

当陈伟才在会上提出这一问题

时,旁边就有代表当场拿出手机读自己收到的诈骗短信。

而在陈伟才的建议中,提到电信运营商。“电信部门出于巨额利润的诱惑,没有对群发的诈骗短信进行过滤,这是因小失大!”陈伟才不客气地指出。“是技术上有难题不能甄别诈骗信息,还是运营商不愿做?”广州市副市长王东好奇地问。

陈伟才举了一个去年发生的案件作为例:2011年,广州市民杨先生不堪垃圾信息骚扰,将手机号码运营商告上法庭。结果作为被告方的公司接到法院传票后将原告列入一份“红名单”,并称“那份红名单基本都是政府重要领导等级别的人,原告能享此待遇,可看出我们的诚意”。

在陈伟才看来,这说明电信运营商完全有可能通过技术手段排除垃圾

短信,比如一个号码群发上万条,就理应对其进行甄别。

“这并不涉及对隐私的侵犯,因为很少有正常的短信会群发上万条。”陈伟才说。

事实上,根据2011年4月最高人民法院、最高人民检察院颁布法规明确规定“明知他人实施诈骗犯罪,为其提供信用卡、手机卡、通讯工具、通讯传输通道、网络技术支持、费用结算等帮助的,以共同犯罪论处”。

陈伟才说,假如运营商们能够拦截垃圾短信却因为利益原因没有拦截,那么“和从犯没有什么区别”。

饶有意味的是,因为春节时候要给市民群发“警惕垃圾短信”的提醒短信,陈伟才所在的公安局迄今为止还欠了运营商18万元的短信费。

(据《中国青年报》)



做产品不能浮躁,要以品质立市,要回到产品原点上,踏踏实实提高产品质量,切实满足消费者需求。多年来,索伊电器始终坚守品质才是王道的承诺,也特别契合了2012年中国消费者协会3·15关注“消费与安全”的主题。图为消费者正在选购索伊电器时的情景。 吴铭 摄

消费者选购微波器皿需留神材质

□窦红梅

大部分消费者知道普通玻璃不能用于高温加热,但很多消费者并不了解钢化玻璃和耐热玻璃的区别,误将一些钢化玻璃容器用作烹饪用途,在微波炉或烤箱中加热,以至造成了钢化玻璃器皿爆裂后伤人的事件。近日,中消协对外发布消费警示,国内市场上尚不存在所谓耐热钢化玻璃产品或者是钢化耐热玻璃产品,消费者在选购时不要被误导。

“在一些集贸市场中,有的商户用普通玻璃容器冒充钢化玻璃,还有的用钢化玻璃冒充耐热玻璃产品,一般消费者根本无从分辨。”中国建材检验

认证中心石新勇教授告诉记者,实际上,钢化玻璃比普通玻璃的容器制造成本要高出10%;而耐热玻璃容器的制造成本最高,比普通玻璃的容器制造成本要高出30%左右。

经过中国消费者协会的调查,国内外媒体已经有很多钢化玻璃自爆造成人员受伤的报道。日本等国家已经明确规定:钢化玻璃不能用于微波炉和烤箱中使用。但是目前我国市场上有关玻璃产品的标注并不明确,有的经营者还有意混淆概念,将钢化玻璃甚至普通玻璃功能扩大化,制造出“钢化耐热玻璃”等概念,使消费者极易误买误用。

据专家介绍,钢化玻璃之所以容

易自爆,是因为在制造的过程中混入了肉眼发现不了的硫化镍成分,这种硫化镍会导致钢化玻璃在周围环境温度变化下,发生与玻璃不相匹配的较大膨胀,从而造成玻璃自爆现象。

中消协提示消费者:耐热玻璃产品上应贴有相应的标识,注明使用温度、使用范围等,消费者在选购使用时要注意以上信息。目前,国内市场上尚不存在所谓耐热钢化玻璃产品或者是钢化耐热玻璃产品,消费者在选购时不要被误导。此外,中消协还提示玻璃炊具生产企业和餐饮企业,明示产品的材质、使用环境和安全注意事项,为消费者提供符合安全要求的玻璃器皿。

(据人民网)

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?欢迎拨打投诉热线,我们将竭诚为您服务。

三星电子新品吹响“集结号”

本报讯(记者 郭庆华)日前,由三星电子召开的三星电子新品发布会在开封市举办,来自全省各地的三星电子经销商和部分媒体记者参加了会议。

三星电子产品自步入中国市场以来,在不断贴近中国市场需求的同时,也不断完善产品功能、外观和内在服务。此次三星电子新品发布会上,三星冰箱、“如意红”电视、“HI-TV”三星相机、三星电脑等新品聚集一堂,产品品质

卓越,市场前景看好。作为高端电子产品的三星手机,更是产品线丰富,已推出8款经典机型,具有笔记、手绘与网络内容、图像有机结合等新潮功能,受到经销商的青睐。三星电子在向高品质、核心竞争力不断攀升的同时,将进一步拓展新的销售市场。

发布会上,三星电子对业绩突出的经销商进行的表彰和奖励,我市西亚和美信阳三星总经理荣获“渠道成长奖”。

如何科学使用电热水器

电热水器作为一种普及型家电产品,已经进入我们生活很长时间了,但仍偶有漏电事故发生。究其原因,其中既有用户存在安全意识误区,也有个别厂商的宣传误导。

由于电热水器使用环境比较特殊,有很小的泄漏电流就可能危及使用者的生命安全,所以要格外重视。要确保电热水器使用安全,一定要避免两个误区。

误区一:合格的热水器=安全的洗浴。我国电热水器的标准是等同采用欧洲的IEC(国际电工委员会)标准,这个标准要求用户家中的接地线必须是良好的。而我们国家由于历史原因很多建筑物接地系统不是良好的,甚至是缺乏的,如装修接错线、线路老化、私拉电线、使用劣质的开关插座、水管当接地线等,这些都有可能引起线路短路。使用时必须先注满水,然后再通电。水箱里的水应定期更换,残留时间一长,水容易变质。电热水器中的电路元件虽然是绝缘的,但长时间处于潮湿状态,电路元件也更容易发生漏电等故障,因此,用户在电热水器停止使用时,应注意通风,保持电热水器干燥。

(据《中国消费者报》)

电保护器就可以在0.1秒的时间内切断电源,防止电流继续进入热水器内部。但是,热水器的电源线中还包含一股地线,理论上地线也是为保证用电安全而设置的,但若万一有接地不可靠,装修时火线地线接反、线路老化等情况出现,由于漏电保护器不能切断地线,这时电流就有可能通过地线长驱直入到热水器内部,触电事故依然不可避免。因此,良好的用电环境、地线良好接地等因素是使用电热水器的前提保障。

而若要科学地使用电热水器,还要注意以下问题:安装电热水器时不能仅靠两个膨胀螺栓承载电热水器的重量,还应在电热水器的下方装有四方钢管,以确保热水器不会从墙壁上滑落下来。一定要注意电源插头和插座相配套,两者接触应紧密,如果插头和插座接触松动,插头会发热,从而引起线路短路。使用必须先注满水,然后再通电。水箱里的水应定期更换,残留时间一长,水容易变质。电热水器中的电路元件虽然是绝缘的,但长时间处于潮湿状态,电路元件也更容易发生漏电等故障,因此,用户在电热水器停止使用时,应注意通风,保持电热水器干燥。

(据《中国消费者报》)

大家电网购投诉热点:售后安装问题最多

□林其玲 文一帆

日前,笔者从北京消费者协会获悉,北京2011年网络人均年消费9230元,排名全国第二。而中消协所接受的投诉案例最多的是大家电问题,大家电问题中最多的还是安装问题。

据北京市消费者协会介

绍,2011年北京市消协96315和工商12315受理的投(申)诉量为6191件,同比增长126.7%。投诉案例最多的是大家电问题,大家电中最多问题就是安装家电问题。主要表现在网购假冒伪劣产品多、网购产品线下线售后服务不支持、退换货周期长等。

(据《新京报》)

假冒家电维修 成投诉重灾区

日前,中国质量万里行促进会公布对产品售后公共服务调查情况,家电维修维修站欺诈、家电商品参数造假、汽车4S店掺杂使假、残次品乔装再销售成主要问题。同时,中国质量万里行宣布,将面向全国征集家电维修行业“神秘顾客”。

中国质量万里行促进会秘书长陈传意介绍,去年共受理消费者投诉9809件次,其中家

电假劣维修站及零散维修工欺

此外,中国质量万里行面向全国征集家电维修行业“神秘顾客”,工作人员将与“神秘顾客”一起,以实地操作方式,全程展示特约维修站和假冒特约维修站工作人员的维修过程,让消费者切实体会并辨识真假。

(据《新京报》)

新国标实施9个月 万能插座禁而不止

□孙聪颖

因存在安全隐患,2011年6月1日国家明令禁止生产销售能插入多种插头的“万能插座”,然而国标执行9个月有余,市场上仍然充斥着旧产品。近日,业内人士提示,符合新国标要求的新产品更安全,相关部门要加大推广力度。

据了解,万能孔插座的三相插孔与两相插孔是合在一起的,总共3个孔,而新国标的三相与两相是分开的,有5个孔。国家质检总局和国家标准化管理委员会已发布《家能和类似用途插头插座第二部分:转换器的特殊要求》,将“万能插座”列为不符合新国标的淘汰产品,并于2011年6月1日起强制禁止销售。

然而昨日笔者走访多家超市和五金销售店发现,尽管该标准已执行9个多月,市场上仍在售卖旧国标产品,而按照新国标生产的插线板还鲜有踪迹。不少商家、市民对“禁售令”多不知情,还是习惯买原来样子的插线板。有五金店老板更是直言称,顾客并不知道新旧产品的区别,消费者更习惯万能插座。而部分企业为迎合消

费者的需要,同时省去更换技术、模具等诸多成本费用,仍然在大批次生产原来的万能插座。

对此,相关人士提醒消费者,虽然万能插座可与多种规格的插头相匹配,确实方便使用,但由于插座里的金属簧片在受到不同形状规格的插头插拔以后,弹性不好的簧片容易变形或者损坏,从而导致接触面过小或接触不良,电阻增大、发热较多。此外还有一些插座圆孔设计不合理,小孩能插入手指,都为家庭用电和人身安全埋下安全隐患。据公安部一组数据显示,在我国近10年累计发生的火灾事故中,由于电源插座、开关短路等原因引发的火灾位居各类火灾原因之首。

对于如何杜绝旧标准插座横行于市的情况,业内人士指出,还需两个方面进行管控,一个是生产环节,各大厂商应该尽快淘汰旧产品;而对于销售商也不能只顾眼前利益支持万能插座的销售。而对于能否顺利执行,国家工商部门应该给予支持,加大抽检力度。

(据《北京商报》)

2011年再夺中国彩电市场销量第一

创维实现销售“六连冠”

根据权威数据调查机构北京奥维咨询(AVC)公布的数据显示:2011年1月至12月,创维整体彩电零售量、创维液晶彩电零售量和创维偏光式3D彩电零售量市场占有率均名列第一,三项指标分别为15.1%、16.7%和38.6%。这是创维继在2010年连续五年蝉联彩电销售总量和液晶电视销售额双第一后,再度夺取销量冠军,并在3D电视领域以市场占有率的绝对优势,稳居行业领军品牌地位。

近年来,得益于全面贯彻落实加强和改善宏观调控的各项政策措施,我国国民经济保持

平稳较快发展,在彩电行业表现尤其明显。液晶电视占据了行业主导地位,3D电视迈入高速普及阶段。创维坚持贯彻“彻底的产品主义”,不断优化产品组合与结构,大力开发高端及高附加值产品,持续增强核心产业竞争力。彩电技术发展的每一个关键时期,创维都走在行业的前列,六年来彩电销售总量和液晶电视销售量持续保持第一。

2011年,国内彩电市场陷入低迷,创维作为彩电业领军巨头,在新兴的3D电视领域表现最为突出,主推的酷开智能3D、云电视等中高端产品均标配3D功能,以“不闪的3D”强大

的产品优势,迅速统领市场,交出了行业最优异的业绩。据创维数码2月9日公告显示,截至2011年12月31日的12个月,创维彩电事业部在中国内地液晶电视市场的销售量及销售额占有率分别位居第一及第二;2011年12月,创维彩电事业部在中国内地液晶电视市场占有率双位居第一。

当前,正是产业转型升级的关键阶段与国际经济形势的敏感时期,彩电业面临前所未有的挑战。1月份,国内电视机总销量减少26%,销售总下降25%。而创维无论是国内市场还是

海外市场,在逆市中仍然保持着与往年同比增长的强劲势头。

相关数据显示,2012年1月创维彩电事业部销售平板电视机66.68万台,在2011年4月至2012年1月的10个月里,创维的平板电视机销售还是获得了10%的同比增幅,电视机销售总量比去年同期增加8%,销售总额比去年同期增加13%。其中,创维液晶电视在产品结构中占比持续提升,2012年1月份LED液晶电视销售量为43.54万台,同比增长55%,约占平板电视机销售量的65%,而去年1月约占32%。2012年1月,创维3D电视机销售量约占平板电视机销售量的38%,跟2011年12月持平。

创维自2011年迎来在全球市场拓展自有品牌电视业务元年以来,海外事业部得到快速稳健地发展,2012年依然保持快速增长。1月份,创维在海外销售平板电视机17.85万台,同比增长133%。其中LED液晶电视销量16.35万台,同比增长281%。

(高为)