

家电需求不旺开局惨淡 厂商造势欲撬动市场

□钱珉珉

近期虽已春暖花开,但记者走访发现家电市场仍寒意阵阵。消费者购买家电产品的需求不旺,市场遇冷,商家纷纷造势促销,试图撬动市场活力。

家电需求不旺开局惨淡

今年前两个月,国内家电市场开局惨淡,来自奥维资讯的监测数据显示,彩电、空调、冰箱、洗衣机销量均出现较大幅度下滑,其中一月份彩电、冰箱、洗衣机、空调销量的同比下滑幅度分别达到了22.4%、20.8%、37.9%和45.7%。北京市统计局的数据也显示,今年前

两个月北京家用电器销售同比下降12.2%。

广州的情况也不例外,记者近日多次走访卖场,发现即便是在天河商圈旺地的家电连锁门店,周一到周五上班日出入的消费者数量很少,周末在有促销活动的带动下,才恢复了一些人气。这种情况在非热门商圈地段的门店表现尤为明显,记者在洛溪新城的家电连锁门店看到,上班日几乎门可罗雀,有销售人员跟记者抱怨“半天都没有一个客”。

记者了解到,今年至今,几乎所有品类的销售势头相比去年同期都有一定的下滑。海信科龙广州分公司总经理黄新华表示,在空调方面,此前节能惠民、以旧换新、家电下乡等国家补贴政

策使得消费者的一部分需求被提前透支,同时,自去年下半年以来房地产成交量一直在下滑,“这部分新装需求也少了”。格兰仕新闻发言人陆骥烈也表示内需市场的消费活跃度降低,格兰仕一二月份零售数据有所下降。中山华帝燃具一二月份的销售额也仅为往年高峰的一半。

厂商积极响应消费促进月

此前,国家商务部多次要求“扩大消费是我国经济发展的长期战略,发展现代商贸流通,提高流通效率,降低流通成本,对引导和扩大城乡居民消费,调整经济结构,转变经济发展方式和改善民生具有重要意义。要将扩大消费作为商务工作的重要任务,抓实抓好。”上个月底,商务部

办公厅发布《关于开展2012年全国消费促进月活动的通知》,指出2012年全国消费促进月于4月2日至5月4日正式展开,以提振内需。

家电企业也纷纷响应。本周二,“广东省2012年全国消费促进月”启动仪式在苏宁电器达镖国际广场店举行,苏宁电器率先公布了包括“阳光惠民基金”、“幸福安家基金”、“百万消费补贴”、“信贷消费补贴”、“节能换代补贴”、“保障房助购补贴”在内的六大促销举措。

记者也从广州国美获悉,该公司于4月2日至9日打造了“国美清明黄金周”,联手全球500家电厂商参与促销让利活动,同时还在4月1日前面向社会发放家电消费补贴券。

苏宁电器广州地区管理中心总经理范春燕表示,“今年的家电市场厂商库存压力大,整体消费市场不如往年乐观,在这样的大环境下,商务部倡导的全国消费促进月对促进家电行业发展的积极效应将更加凸显。”她预计活动期间能带动超过10亿元的家电销售。

(据《南方日报》)

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。

调查显示

过半智能手机今年将跌破1500元

千元智能手机正逐渐成为手机市场的主力。近日,国内知名调查公司中怡康联合国美、永乐、大中等家电卖场,发布2012年手机市场消费趋势报告称,过半智能手机价格今年将跌破1500元。

该报告称,中国已成全球最大的智能手机市场,智能手机的出货量超过美国,今年国内智能手机市场将保持104%的市场增长速度,市场销量有望突破1.4亿台。报告还称,目前国内市场上洋品牌与国产品牌正展开激烈的拉力赛,苹果、三星、诺基亚、摩托罗拉、LG等洋品牌智能手机抢夺中国市场,而中兴、华为、联想、金立等本土品牌也以低价杀出重围,此外还涌现出了小米等新锐的国产手机品牌。

据透露,iPhone手机的魅力始终未减,截至2011年底,市

场占有率达到了7.5%,在个别城市甚至被称为“街机”,而中低端机型中,尤其是千元智能手机需求最旺盛。调查数据还显示,“大屏”正成为智能手机的关注焦点。去年1月,3英寸以下的关注比例还是61.3%,而今年1月则直线下降到37.9%,3.5英寸以上的关注比例则大幅提升。今年,4英寸屏流有望成为智能手机的主流配置。

在操作系统方面,安卓系统突飞猛进,去年安卓系统的智能手机获得了49%的用户关注,今年在谷歌、诺基亚、苹果等企业的推动下,手机操作系统市场的竞争将更加激烈。同时,随着无线网络的发展,智能手机的云服务能力也越来越让人眼花缭乱。现在,用一台智能手机就能拍摄照片传回家中的电脑,还能用手机上网玩“二维

码”签到。

(曹嘉智)

电视翻新后贴名牌继续卖

宾馆饭店成批采购

□王勇

2005年,国家质检总局、国家发改委等八部委联合发布第134号公告,禁止使用废旧显像管组装电视机以及销售翻新电视机的行为。然而,时至今日,在太原市的一些家电批发市场,翻新电视仍在大量销售。

省家电行业服务协会的孔会长介绍,一般来说,显像管的使用寿命是1.5万到2.5万个小时,大约可正常使用12年,超出使用期限就应该报废。翻新电视使用旧显像管,图像质量差,而且X射线有可能超出国家标准,对人体有害。超过一定的使用寿命后,老化的显像管受到外界撞击,内部的高压系统易发生短路,从而引起燃烧、爆炸等问题,存在不少安全隐患。

(据《太原日报》)



图为工商管理人员正在查处翻新电视的销售行为。

小天鹅洗衣机荣获消费者最信赖品牌

根据近日中国行业企业信息发布中心(CIIC)调查统计显示,小天鹅洗衣机荣获2011年度消费者最信赖品牌。据悉,中国行业企业信息发布中心(CIIC)为国家统计局下属的、专门发布我国重大行业企业信息及其他有关重大信息的权威机构。

能够赢得4200万用户的共同信赖和一致选择,关键在于小天鹅构建了始终与全球最顶尖、最严苛的品质要求同步的全品质链模式,塑造了小天鹅最宝贵的口碑资源。小天鹅“全品质链”模式的核心,纵向以“科技创新”为导向,不断推陈出新完成从前瞻性技术、应用性技术和市场空白产品的全面覆盖,构建“技术驱动”下的卓越品质保障体系,推出全球首台物联网洗衣机、自动投放洗

涤剂洗衣机和填补全球空白的热泵干衣机。横向以“用户需求”为导向,通过满足需求、引导需求、创造需求等复合体系创新,从技术创新、功能研发、生产制造和售后服务等全过程构建品质链,经历全球最严苛的检测、创立全球新的品质标准。

目前,小天鹅在全国建立了超过5000个核心网点为主的多级服务体系,能辐射中国所有省市并深入乡镇三四级市场,构建起庞大而完善的洗衣服务网络。与此同时,小天鹅洗衣机全品质链4008228228可以24小时接听消费者的报修电话,所有服务信息都将经过统一的信息化管理系统实现地区与总部的信息同步,做到条条记录、有据可查、全程跟踪。

(周璐琪)

工信部称正制定对策 应对恶意扣话费代码

□潘敬文

手机通话频率没变化,话费却增加了不少?新购买的手机,频繁充值却不能通话?近日,SP(服务提供商)非法扣费的现象有死灰复燃、重新泛滥的趋势。专家表示,比贩毒还高的利润是SP非法扣费的重要原因。对此,工业和信息化部(以下简称“工信部”)日前表示,正制订手机终端管理办法应对。

21万手机感染暗扣代码 智能手机,下载的各种应用中存在恶意软件的问题突出。4月8日,中央电视台的《每周质量报告》节目称,截至今年3月10日,我国已经有超过21万部手机感染了暗扣用户话费的恶意代码。

山寨手机也可能非法吸费。广州市工商行政管理局在其官方微博“广州工商”上表示,有市民购买一台400多元的“高性能”手机,插上话卡后话费就被自动扣减,更换其他话卡也出

现同样的情况。原来这台“高性能”仿冒手机被预装了自动扣费软件。

非法SP利润高于贩毒

由于SP非法吸费投入极低利润很高,因此屡禁不止。每部感染暗扣恶意代码的手机,平均每个月至少被直接扣费20元。仅一款暗扣话费的恶意代码,每年直接偷偷暗扣手机用户的话费就超过5000万元。

艾媒咨询董事长张毅则向记者表示,很多内置自动扣费软件的山寨机、高仿机手机每次都只扣除1元或者2元,然后每个月只扣除一次。但由于中国用户基数庞大,每个月就有十多万元的非法扣费,而用户很难发觉。

中国科学院计算技术研究所高级工程师罗海勇称,不法分子租用一个服务器一年才几千元,可是利用恶意代码,租用别人服务器对用户进行扣费,收入一年几千万,利润比贩毒都高。

工信部:正制定对策

由于智能手机广泛使用,当前第三方软件应用商店、手机论坛等渠道对软件安全验证力度小,甚至根本就不进行安全验证,导致暗扣话费的恶意代码、病毒等软件插件传播简便。

此外,由于近年来智能手机技术高速发展,如果是下载智能手机软件又或者是预装在高仿山寨机中,不法分子恐怕有程序让手机自动二次确认,导致监控措施失灵。也有手机安全专家表示,很多增值业务服务提供商为了扩大业务,有时会把计费代码转租出去,这为恶意代码提供了生存的土壤。

工信部通信发展司副司长陈家春表示,有关部门正在制订《移动智能终端管理办法》,保护消费者权益。而有运营商人士也表示,在智能手机高速发展的当下,需要用新手段来应对新形势。

(据《信息时报》)



日前,韩国生活家电企业大宇电子在韩国汉城举行的新品发布会上,发布了全球首款壁挂式滚筒洗衣机。据了解,该款滚筒洗衣机的容量仅为3公斤,宽度为55cm,高度为60cm,厚度仅为29cm,厚度仅远小于普通的洗衣机,被称为“迷你”洗衣机。

吴明摄

LED电视不再高高在上 彩电厂家更改策略主攻三四级市场

近年来,随着北京、广州等一线城市市场相对饱和,彩电厂商开始将重心深入到潜力更巨大的三四级市场。伴随着这一战略,厂商在产品策略上普遍采取了高端向低端倾斜的普及型策略,更多的入门级产品纷纷上市,以往高端的LED背光源电视也俯身向下,开始逐步替换普通液晶LCD电视。

厂家主攻三四级市场

在今年春季销售不甚景气的情况下,家电产品在清明节小长假的销售情况备受关注。但实际销售情况表明,一线城市持续了五六年的平板电视增长势头已经明显放慢脚步,甚至局部还停滞不前。

中怡康零售的监测数据佐证了这种局面。该数据显示,去年平板电视在

城市市场首次出现增速放缓,一线城市液晶电视销售金额同比下降7.5%,而三四级市场的液晶电视则保持着较高的增长,销售金额分别增长12.5%和14.9%。中怡康预测,2012年彩电产业在二三级城市市场将主要以调整结构为主,而三四级市场则会成为全新增长点。

中高端产品向下普及

不仅国产品牌调整策略,一向高姿态、高价格的外资品牌也有意俯身向下。持续经营不佳的索尼今年以来陆续推出3款入门级的CCFL背光源(普通LCD)电视,价格在4199元。

无独有偶,三星电子在今年年初也宣布,中国市场销售的液晶电视将全部升级为在画质、色彩、节能性、环保性上更胜一筹的LED背光源产品,淘

汰CCFL背光源电视。表面上看,这一策略是高端LED电视替代LCD实现产品线升级,但从实际发布的型号和价格看,针对中低端大众化产品以及三四级市场的用意也很明显。

LED电视不再高高在上

随着厂商策略调整以及平均单价的逐年下滑,目前LED背光源电视逐步替换传统LCD电视的步伐正在加剧。从清明节市场售价看,传统LCD液晶电视的价格目前可谓降到底底,32英寸市场的价格在2299元左右,而且32英寸LED的促销价在3200元至3500元左右,42英寸以及46英寸价格则在4000元至5000元左右,这样一个价格已经比较“亲民”。

随着面板技术的日渐成熟和整体成本的持续降低,LED电视在整个液晶电视市场的比重将持续提升。市场调查公司GFK的调研数据显示,2011年第四季度LED电视在全国百城市销售量已经达到717万台,占整体液晶电视销量的70%,远远超越了传统的LCD电视。

(黄启兵)

视频通讯市场迎来爆发期



图为用户正在参加移动视频会议。

□金朝力

随着移动终端的迅猛发展,国内视频通讯市场的发展也即将迎来爆发期。

据悉,目前,大部分设备商、服务提供商,诸如思科、Avaya等针对中小型企业纷纷推出了相关解决方案,但部分厂商解决方案过于复杂,方案中常常包含了太多专业术语,加之业内对统一通信定义也不尽一致,使得中小企业常常困惑于“统一通信”的概念,特别是对于部分IT部门实力有限的中小企业而言,理解上有困难。而功能简单、价格便宜的解决方案也许将更加适合中小企业客户。

李钢表示,针对中小企业的客户需求,宝利通所提供的统一通信解决方案有别于这些大公司。其出发点是可从通讯角度来看统一通信,所以这个市场非常大。“最关键的应该是提升效率和实现可视通讯。统一通信平台可以整合多家大厂商的移动设备,包括苹果的iPad,iPhone 4S和三星。让视频解决方案动起来是统一通信的目标之一。”

(据《北京商报》)

现两个特征,一是大中型企业高端市场增长高歌猛进;二是部分有实力的中小企业也不停地加强统一通信系统部署。

记者在移动终端方面,知名视频通讯企业Polycom(宝利通)已开始了初步尝试,推出了基于iPad和iPhone平台的移动视频会议解决方案。“配合我们世界级的软件和硬件,宝利通推出了更先进的视频应用,无论是会议室终端,还是移动终端,均与苹果、三星、摩托罗拉等一些知名品牌的手机供应商密切合作。通过这些合作,宝利通在移动终端方面将会实现快速的发展。”

IDC分析师相斌斌表示,目前,国内统一通信市场正呈

有些液晶屏为何有亮点、坏点

亮点、坏点也被称为液晶显示屏亮斑,是液晶屏的一种物理损伤,主要是由于亮斑部位的屏幕内部反射板受到外力压迫或者受热产生轻微变形所致。

液晶屏上的每个像素都有红、绿、蓝三种原色,它们共同组合使得像素产生出各种颜色。以15英寸的液晶显示器为例,其液晶屏面积304.1mm×228.1mm,分辨率为1024×768,每个液晶像素由RGB三色单元组成。液晶像素就是把液晶倒入固定的模具下形成的“液晶盒”,这样的“液晶盒”在15英寸的液晶显示设备上的数量是1024×768×3=235万个。

一个“液晶盒”的大小又是多少呢?我们可以简单的计算:高=0.297mm,宽=0.2973=0.099mm。也就是说,要在304.1mm×228.1mm的面积下,密密麻麻排列着235万个面积仅为0.297mm×0.099mm大的“液晶盒”,而且在液晶盒背后还集成一个单独驱动该液晶盒的驱动管。显然,这种生产工艺对生产线要求是非常高的,以目前的技术和工艺,还不能保证每批生产出来的液晶屏没有亮点、坏点,生产厂商一般避开亮点、坏点来分割液晶板,把没有亮点、坏点或者极少亮点、坏点的液晶屏高价供给有实力的生产厂商,而那些亮点、坏点比较多的液晶屏则一般低价供给小厂商生产廉价的液晶显示设备。

(据万维家电网)

创维集团举办第四届万人团购活动

3万台云电视空降信阳,新品E700S最受关注

在连续三年成功举办万人团购活动之后,创维集团举办的第四届万人团购活动于日前在全国轰轰烈烈开展。据了解,万人团购是创维集团一年中最大型的促销活动,让利幅度最大,参与人数最多,深受消费者的喜爱,销售金额连续三年在业内创造奇迹。

创维集团万人团购信阳区域团购会已于4月7日正式启动,我市消费者可以通过创维酷开网进行报名。据创维信阳分公司总经理马卫华介绍,为了满足本地消费者的需求,创维信阳分公司已经总部调货3万台云电视新品,其中全球首创健康管理系统云电视E700S系列最受消费者关注,目前该型号被预订的数量最大。

与以往不同的是,今年的万人团购活动充

分与互联网技术相结合,消费者可以登录创维酷开网团购网(<http://tuan.coocaa.com>)参与团购,在上面了解一切关于团购的信息,并能进行报名和查询,每一个消费者都能实时看到报名人数、产品价格的变化,并且能够看到报名参加活动人员的最新情况。

据创维的相关工作人员介绍,消费者参与团购报名后会收到回执短信,同时每天还会收到团购活动的最新信息,消费者还可以把团购活动推荐给自已的好友,人数越多,价格越低:比如当预订65寸任意型号云电视的人数达到一定数量,价格最高能直降10000元,让利幅度让人唾舌。在该活动的第一天,预订47寸E700S系列电视的人数就已经突破三万,该款电视的价格也直接下降了

1000元。

马卫华总经理表示,“人越多,价越低”的新式团购,打破以往电视产品靠传统渠道销售的方式,将订价的筹码交到消费者手里,参与的人越多价格就越低,创维开启的“万人团购”新型促销活动取得了极好的效果。

新产品E700S系列最受青睐

“人越多,价越低”是历年创维万人团购的核心,只要报名人数不断增加,价格就会按照活动规则不断降低,团购人数无上限,团购价格无下限。例如55寸团购产品,只要全国报名人数购买55寸电视的人数超过10万人,所有的55寸团购产品都直降1000元,超过12万人直降2000元,超过15万人直降3000元。

在创维的团购网页上,目前最受青睐的

是装备全球首创健康管理系统的云电视E700S系列。网站报名结果显示,E700S电视的预定量几乎占所有预定量的一半,这在以往的团购中很少见。不过如果你见到E700S电视只有7毫米的极窄边工艺设计、最新炫黑IPS屏体,并现场体验了其领先的云技术、顶级画质以及其最新加载的云健康管理系统之后,就会感到E700S电视如此受消费者青睐实在不足为奇。

同时,此次团购网站是由创维专业的酷开网团队开发,即使在每天几十万的访问量下,团购网仍然可以良性运行。据悉,酷开网(<http://www.coocaa.com>)是创维专门为酷开用户打造的内容服务网站,除了为用户提供海量的视频、音乐、图片等资源,消费者还可以在上面购买酷开产品配件,例如专用路由器、健康运动手柄、跑步毯、酷开优盘等等。

目前,创维集团第四届万人团购活动依然在接受报名预定,我市消费者可以直接登录本次活动的官方网站(<http://tuan.coocaa.com>)报名,或者直接拨打95105555的热线电话参与活动。

(高为)