

近期关于家电下乡政策何时退出的问题再次受到业界的关注，尽管目前官方尚未最终定论，家电厂商普遍认为政策推出的消极影响不会太大，并早已着手推动渠道下沉，积极布局，三四级市场渠道战提前开打。

家电下乡政策退出未定
三四级市场渠道
提前开战

政策退出肯定有消极影响

家电下乡政策自2007年底开始试点，2008年起进行大范围推广，根据原定实施方案，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于今年11月到期，其他地区也将于2012年11月到期。但这一历时四年之久、给家电企业带来巨大收益的优惠政策是否会按期退出，目前尚无最终定论。近日，中国家电协会秘书长徐东生就表示，全国何时停止这一优惠政策，商务部和财政部还没有明确通知。

尽管如此，对于政策的退出问题，家电行业反应平静。TCL集团董事长李东生接受采访时就表示，家电市场的竞争是相对的竞争，国家补贴政策对所有市场竞争者来说是一样的，因此对市场份额影响不会很直接，关键看企业自身是否优于同行，至于政策推出对总量增长的影响还有待观察。

厂商渠道下沉势在必行

事实上，家电企业平静的背后，一方面是因为随着政策的不断推进，政策效应的递减趋势也在加速，市场已经有所适应。根据商务部此前发布的家电下乡销售数据显示，家电下乡产品近几个月的销售增长情况均不够理想，4-6月销量和销售额均出现大幅度下滑。另一方面是家电企业早已有所准备，积极推行渠道下沉政策，布局三四级市场。

在家电下乡政策实施的期间，给家电企业带来漂亮销售数据的同时，也为企业打开了通往三四级市场的大门，不少国内品牌在三四级市场流通渠道和售后服务网店建设方面均有所突破，为下一步发展奠定了基础。

海尔是其中走得比较早的，经过几年的潜心收编、拓展，其旗下的日日顺已拥有县级门店7000家、乡镇级门店2.8万家，覆盖全国80%以上乡镇，成为目前在三四级市场最为成功的批发分销平台。

在品牌专卖店策略上有过反复、甚至退出的TCL则是重新认识了三四级市场渠道建设的重要性。其上周发布的半年报显示，TCL多媒体销售收入110.27亿元，期内成功扭亏为盈，实现净利润1.23亿元，究其原因，除了调整产品结构，“加强中国农村市场的渠道建设及增加三四级城市的网点建设”功不可没。

区域品牌面临整合

在目前家电行业整体增长放缓的情况下，三四级市场展现出的巨大潜力，给企业渠道下沉政策以极大的信心。中怡康早前的数据显示，2010年国内家电市场

千万让利回馈消费者 成电子商务市场关注焦点
苏宁易购运营两周年
颠覆电子商务经营模式

本报综合消息 2009年8月18日，苏宁易购开始试运营，近日，苏宁易购迎来运营两周年。近期，苏宁易购将在全国范围内启动两周年庆典，通过大力度促销回馈广大网民，传统零售巨头的B2C业务再次走进人们的视线。

独具一格的运营模式

苏宁易购20多年的零售经验，使易购能迅速根据网购用户的消费习惯，开展合适的市场推广活动，找到最精准的人群。2月，易购采取0元抽汽车、抽旅游、抽房款活动等0门槛、大曝光的营销方式，取得良好反响，迅速提升了用户数量。据介绍，三大活动期间，注册用户参与度最高达到300多万。同时，易购自主研发了专业的支付工具——苏宁易付宝。通过网银或者苏宁门店对易付宝进行充值，并在线上线下方便快捷的消费使用，为顾客提供更方便快捷的支付体验。

未来十年，苏宁易购将致力于建立以互联网技术为驱动，以数据研究为营销基础，以客户体验为本的运营模型。依托多种优势运营，带给消费者便捷的配送服务。

电子商务的冬天？

纵观中国互联网领域，网络购物越来越多的被网民所接受，网购交易规模也迅速增长。2011年我国网络零售市场交易规模将达到7600多亿元，潜力巨大。然而，高增长的背后，也蕴藏着潜在的危机。6月，一场前所未有的信任危机在行业内迅速蔓延，中国概念股在美国经受着前所未有的考验。部分业内人士提出“电子商务冬天”的说法，行业洗牌或将提前到来。如何建立健康的运营模式、回归电子商务零售的本质，是整个行业迫切需要解决的问题。

共享实体连锁优势
锻造核心竞争力

苏宁易购采购优势不局限于大家电、3C产品，重点扩展小家电、OA办公、百货、图书等商品，未来的发展空间更大。千亿级的采购规模和雄厚的资金支持，易购能够以更低的采购价格得到更多的优质产品，带给消费者丰富的选择，并使自身在价格竞争激烈的网购领域，仍保持盈利的状态。

服务能力是重磅武器，易购共享苏宁实体连锁的全国物流系统，1500家门店也作为易购的提货点，自在北京推出“安心

节省手机流量的7个妙招

本报综合消息 前阵子新买了Android平台的智能手机，看到可以玩那么多游戏，听那么多歌，上网看那么多新闻，心情真不错，可问题马上又来了，这么多联网应用，流量有限，超标就太贵了，怎么办呢？经过研究，笔者总结了一些经验，教你几招节省流量的好办法：

第一招 搞明白谁在联网
没有用的时候可以关闭

下载一个流量监测软件，能看到有什么软件在联网，哪一个使用得多，一天可以用的流量心中有数。安全软件几乎都有这个功能，但小编比较偏爱“流量监测仪”，用起来非常简单，界面漂亮，最关键的是，由于有和运营商到账功能，所以是我用过计算最精准的了。

第二招 选择合适的流量套餐

中国移动和中国联通均按流量计费，中国电信按时长计费，他们有一个共同点：对不办套餐的收费远远贵于办理套餐的收费，比如1MB流量的费用，办理了套餐的费用为1角~2角，如果不办套餐则收取1元，相差数倍。

因此，办理一个适合自己的包月套餐相当重要，比如5元包30MB流量的

如果你不知道自己会使用多少流量，可以从选择最便宜的一款套餐开始，试用一个月后更换为更合适的套餐。有一款叫“资费通”的软件，可以查到所有套餐的介绍，还可以帮你计算现在的套餐是否适合你。

第三招 下载电影比
在线观看省流量

同样大小同样质量的影片，使用P2P下载要比你从网站上在线观看省流量。原理上两者都属于客户服务器通讯方式，但是在网站上看基于http协议，而直接下载是udp，http要比udp开销大一些，而且通过网站看电影要不停地进行同步与差错检测，通俗的说，就是在网站上看电影除了电影本身的信息量外增加了许多的控制传输信息。所以，同样大小的影片，下载比在线观看省流量。

第四招 看贴采用无图模式

看贴时尽量开“无图模式”这样能省很多！而且网速也要快一点。

第五招 下载文件有技巧

下载歌、词典、NG游戏等大一些的文件时，建议在电脑上下载再传入手机里（传的过程中大家都会吧，像U盘一样简单），有些软件都达到90M了，这时候如果下载到一半断点或文件损坏，简直欲哭无泪。另外，下载软件前要看评价听口碑再下载，有些软件做得实在是不好。

第六招 把要上传图片
“缩小”一些再传

把你想上传的图片，先“压缩”一下。最简单的方法，是再次截图，转为低质量格式同样一张图片这样处理之后，可以缩小10K左右，甚至色彩单调可截到几K或1K以下哩。不但省了自己的流量，还省了观看者的流量。因为手机的屏幕一共没有多大，所以即使是这个质量和大小，也完全不会影响观看性，30~40K的彩色图片看起来已经非常清晰了。

第七招 用省流量的浏览器

推荐UCWEB，有多项功能可以帮你省流量，比如说本文提到的第四项“无图模式”，第六项“低彩模式”都可以在浏览器快速设置。另外，很多人的头像都是Gif格式的图片，为了节省流量，可以把Gif图片静态显示这项功能关闭。

有了这七招，我估计你的流量可以大幅减少了，可以下载更多自己喜欢的歌曲、游戏和软件啦！

智能手机“白卡机”暗藏吸费陷阱

本报综合消息 喜欢购买水货手机的用户需要注意了，近日，360安全中心发布的《2011年中国手机安全报告》显示，智能手机市场上有一种“白卡机”，其中暗藏能够暗中扣取话费的恶意程序。

这种暗藏扣取话费恶意程序是商家俗称的“白卡机”。从国外流到国内市场的水货手机需要解锁，“白卡机”是被水货商家用一种测试用的手机SIM卡解锁的手机。很多不良商家利用“白卡机”的特殊性，在新机中直接刷入木马，消费者买回的新手机就暗藏木马，而且手动无法删除。

近日，发布的《2011年中国手机安全报告》显示，今年上半年国内共有1324万部手机感染病毒，Android（安卓）平台与Symbian（塞班）平台并列成为手机木马“重灾区”，手机木马的危害主要集中在恶意扣费和窃取用户隐私。《报告》称，与去年相比，中国手机安全领域多样性从手机木马种类、数量，还是感染手段的多样性与感染用户数上，都呈现出几十倍的大幅增长。《报告》还列举了今年上半年五大“最恶”木马，分别为“系统终结者”、“超级大盗”、“勾魂美女”、“X卧底”、“白卡吸费魔”。其中，“白卡吸费魔”就是不法水货商家在“白卡手机”中直接刷入的一种恶性木马，消费者很难手动删除，感染人数目前已超过30万。360提醒手机用户，一定要注意防范此类暗藏木马的水货“白卡机”木马。

海南百强企业出炉
家电行业仅格力入选



本报综合消息 为促进海南国际旅游岛建设，加快海南省企业的发展，在省委、省政府和各有关部门的大力支持下，海南省企业联合会、海南省企业家协会历时近5个月，于2011年8月初最终排序出2011年海南省百强企业，海南格力电器销售有限公司作为家电业唯一一家企业荣登榜单，继续领跑海南家电业市场。

在此份企业百强名单当中，海南格力的入选具有四个“唯一”的特殊意义——家电业唯一企业入选，厂家子公

司唯一入选，非行政或资源垄断的竞争性行业（房地产除外）唯一入选，家电销售流通领域企业唯一入选。

据悉，自2004年成立以来，格力凭借卓越的产品品质和优异的售后服务，迅速赢得了海南消费者的巨大肯定，几年来呈跳跃式发展态势——从成立之初的年销售额数千万元到2007年销售额突破2亿元，至去年底海南格力不含税营业收入已飙升至4.66亿元（含税营业额达5.45亿元），继续以骄人的销售业绩在海南家电市场占据了绝对的领先地位。

走个性化路线
定制家电或成今后趋势

我的青春我做主，不走寻常路，这是当下年轻人，确切的说时髦人士的“通病”，个性、有范儿成了他们的代名词。他们总有各种各样的奇特想法，似乎传统的家电，保守的风格早已被他们无视。许多企业正是看到了这一点，开始了个性化营销，家电行业也不例外，你需要的家电什么样，就给你设计成什么样，甚至全球唯一。

本报综合消息 笔者从卖场了解到，当前定制的家产品特别好卖，每年家电销售巨头们都会向制造商进行大量的定制。现在市面上海尔、美的、LG、三星、博世等品牌的电冰箱、平板电视、空调等产品均支持定制业务。

各厂商发力
为消费者单独个性定制

其实，刚刚提的定制，只是销售商方面根据消费者的需求，和厂商约定的定制方案，这样生产出来的产品更适合消费者的需求，所以也更好卖。当然，这种定制普遍性还是很大，其实，一些厂商也开始单独为用户定制，满足用户个性化的需求。

其实，早在今年5月，淘宝商城电器城网络定制款，就开始通过结合事件营销、投票定制等新方式更多亮相。电器城与奥克斯合作，以“消费者投票决定”的全新方式，在淘宝聚划算推出团购。定制的两款奥克斯空调，是数万名淘宝网网友，在6天时间内以选票的形式“公投”出的定制款空调，配送范围覆盖了全国15个省及直辖市。

今年7月在青岛家电展会上，海尔齐下品牌帅帅也开始了“定制”之旅，统帅电器通过互联网以模块化的手段实现了消费者个性化的需求，秉承“你设计，我制造；你需要，我送到”的理念，通过搭建网络平台为消费者展示了可供选择的各种模块，让消费者自主选择产品外观、材质和功能，然后进行模块化组装，为消费者打造个性化的生活。

另外，家电另一品牌博世也在今年推出了三门冰箱的定制服务，消费者不仅可通过对门体不同颜色的更换组合，变幻出个性化的外观配色，还可以对3个间室的温区进行独立变温，实现冷冻、冷藏、0度保鲜功能区的自由互换，全方位满足消费者个性化混搭需求。

定制家电将成未来新挑战

定制的产品尤其是消费者个人定制的产品由于数量少，制造成本必然增加，如何控制制造成本这给制造企业带来了新的挑战。

业内人士也表示，模块化生产将成为定制时代的一个重要技术手段。目前，很大一部分家电企业已经意识到这一问题，并且进行模块化生产的尝试。通过将家电成品从结构上划分成一个一个不同的部分，根据消费者的需求对不同功能和外观的部分进行组合实现产品的个性化。

海尔方面也表示，模块化必然是未来家电制造的一个方向，模块化既是标准化的高级表现，也是推动技术创新和产品创新的重要方式，模块化在降低成本提高质量的同时，还实现了产品的通用性和标准性。

UFIDA用友

热烈庆祝用友 U8v10.0 隆重发布

紧跟时代潮流，把握管理时尚，成就“高效、创新、绿色”的幸福企业

用友软件海南分公司

海口市国贸路1号景瑞大厦A座9楼
咨询热线:0898-66517099

金蝶,企业管理专家

铸就80万家中国企业成功管理模式

Kingdee 金蝶海口分公司

咨询热线: 4008-830-830
0898-66502285

IT·家电周刊

IT·家电业界最佳载体

专刊热线 66810510 66810282
电子邮箱 812549160@qq.com