

华南国美 8周年司庆最后 72 小时

8月21日让利升级 错过再等365天

本报讯 8月7日华南国美盛大举行8周年生日盛典,全省9家门店同时启动了“8周年大庆”,促销上演两周打破淡季营销取得了辉煌业绩。据悉,华南国美每年的生日庆典已经成为消费者的节日,本周末(8月21日)华南国美响应消费者需求上演最后疯狂抢购72小时,集结全球厂家资源,加大促销投入优惠升级,错过需再等365天。

国美集团让利升级 最后疯狂72小时

随着华南国美8周年生日庆典打响,海南家电消费热潮被彻底引爆,消费者的抢购热情给了厂家极大的信心。海南国美周总表示,本周做为华南8周年司庆最后72小时,国美集团所有厂商加大力度进行让利优惠,全场直降加送现金卡再加送豪礼等各级别都将超越前两周,力求给消费者一场圆满的生日盛宴。

作为华南国美8周年司庆最后72小时,本周与国美签订周年庆补充促销协议的厂家超过百家,增加的特价机型近千种,同时全场享受最低价基础上再加送电饭煲、电压力煲、彩屏手机等。

全品类特惠 低价精彩不容错过

据介绍,在本轮华南8周年司庆降价营销中,高端家电一马当先:彩电促销力度最猛烈的将是全高清的大尺寸液晶电视;生活家电首当其冲的则是冰箱和洗衣机,空调、电脑等促销力度也将迎来最后高潮。

为满足不同人群的不同家电需求,海南国美在本周末最后72小时的疯狂促销中,全品类资源将更集中,价格、赠品方面各厂家更可以互相“火拼”,消费者购买也将更有针对性。如,新热门的数码相机索尼单反相机 NEX-5CK,1400万像素/3.0英寸液晶触屏,新品生日价4300元;8GB内存iPhone,新品生日价4000元;TCL正1P新二级能效空调,生日价1699元;奥克斯小1P一级能效空调,生日价1599元;合资40/42寸大平板彩电,生日价4690元参与国美独家优惠可再降800元活动价3690元等高端品降价。除此之外,开学季即将来临,符合学生需求的机型国美独开特卖:LG KM330 音乐手机300万像素,生日价799元;华硕笔记本生日价2299元;奥林巴斯1400万像素4倍变焦相机生日价1299元再送4G卡+原装包。

格力荣膺 “中国上市公司最具竞争力100强”

董明珠荣膺“中国上市公司最受尊敬10大功勋企业家”

本报讯 近日,在广州举行的“首届中国上市公司与城市发展论坛”上,空调行业龙头企业格力上榜“2010中国上市公司最具竞争力100强”,格力掌门人董明珠荣膺“2010中国上市公司最受尊敬10大功勋企业家”称号。

创新是企业的灵魂

“首届中国上市公司与城市发展论坛”由中国上市公司发展研究院、中国排行榜网站、《南方企业家》杂志等共同举办,旨在推进中国城市科学发展,城市与产业相互促进,携手合作,做大做强;加强企业与城市政府之间的交流合作,进一步扩大中国上市公司企业的公众形象与影响力,提高中国城市的国际竞争力水平。

目前,国际社会衡量创新型国家有三个指标,一是研发投入占GDP的比重达到2.5%,二是科技成果对经济增长贡献率达到60%,三是技术对外依存度低于30%。格力这三项指标不仅远远高于国内同行业水平,也远超过国际提出的创新型国家指标要求。2009年格力实现营业收入426.37亿元,全年研发投入超过20亿元。仅最近3年,自主研发的技术专利多达1431项,平均每周就有9项新技术问世,是我国唯一不依赖国外技术的空调企业。格力自主研发的G10低频控制技术和“热回收直流变频”技术。

变频模块多联机组”被认定为2010年度“国家火炬计划”,“直流变频多联热水机组”被认定2010年度国家重点新产品计划。

厚积薄发硕果累累

正因为多年来坚持自主创新,掌握空调行业的核心技术,格力不仅在国内市场上远超前,而且在全球空调领域独领风骚——在强者林立的国际市场角逐中,先后中标2008年奥运媒体村、2010年南非世界杯主场馆及多项配套工程、印度电信基站等空调项目,成为一张响彻全球的“中国创造”名片,为“中国创造”赢得了世界的尊敬。

在海南,格力坚持诚信经营,凭借领先行业的营销模式和适合本土的营销策略,赢得了海南消费者的巨大肯定,使格力品牌更加深入人心。格力依靠独特的市场管理模式规范海南市场,先后推出了“十大服务承诺”,“24小时上门服务”,“六年包修”,“每年两次免费保养”,“一年包换”等服务,并以其领先的售后服务赢得了海南市场绝对领先的地位。2009年海南格力销售额突破3亿元,2010年继续保持增长,市场份额高达60%。格力此次上榜“2010中国上市公司最具竞争力100强”,董明珠荣膺“2010中国上市公司最受尊敬10大功勋企业家”,实至名归。

空调维修当心“黑招”

本报综合消息 今年的高温让空调成了这个季节使用率最高的家用电器。每天长时间的使用,也造成空调的故障问题频频出现,空调维修的电话如今成了真正的“热线”。开机清洗外机、更换铜管、重新加氟、更换压缩机,这是消费者在遇到空调故障时,常被维修人员告知的处理方法,而且每一项的花费还都不便宜,平均在几十到几百元,有消费者感慨,维修人员上门一次,几百块就没了,不禁担心自己有没有花冤枉钱。

网帖曝光空调维修“黑招”

最近一篇名为《空调维修工是如何达到月薪过万的帖子》在网上各大论坛火热转载,自称是从事空调维修行业的作者揭露了空调维修工的四大“黑招”和三项“潜规则”,称很多时候维修人员利用大多数消费者缺乏相关专业知识的弱点,让消费者多掏钱。

在这篇帖子里提到的黑招包括:空调维修工故意投入杂物制造空调需

要开机清洗的问题;在作业中趁消费者不备,人为弄断连接内外机的铜管,要求消费者更换;声称压缩机老化或坏掉存在安全隐患,建议更换;维修中关掉阀门,声称自然损耗或者漏氟,要求补充;此外还有包括“小毛病说成大问题”、“收费高于成本好几倍”、“零件回收再利用”等三大潜规则。

专家建议寻找专业维修机构

某电器维修行业协会负责人表示,帖子中提到的维修黑招现象确实存在,但多在非法的维修店。近年行业协会就规范和净化售后服务市场方面做了大量工作,查处相当严格,“正规品牌的正规维修网点不会存在上述问题”。

他同时也提醒消费者,目前售后服务市场比较混乱,大量非法的维修店充斥其中,消费者联系维修机构时,注意查看该机构是否有国家颁发的“维修企业资质等级评定”,有特级、一到五级五个等级,该类机构都有登记备案,并接受行业协会监督。

近日,有媒体披露志高空调为赚国家巨额补贴虚标能效事件,引发多方关注。国内家电产品的虚假能效问题再次被推上风口浪尖。根据中国标准化研究院能效标识管理中心在今年3月公布的能效标识市场专项检查结果,荣事达、三星电子、东芝、韩电电器等广大消费者家喻户晓的知名品牌被检测出能效等级不符合标准。而另一份国家质检总局在8月2日刚刚公布的产品质量抽查结果显示,格兰仕、美菱、容声等品牌的家电产品在能效系数、耗电量方面不合格。

家电能效标识为何“披马甲”

随机采访

消费者很少考虑能效标识的真实性

正值家电产品的销售旺季,笔者走访了几座商场,就“能效标识”的相关问题随机对消费者进行采访。在采访的过程中笔者发现,随着国家的各项节能鼓励措施的陆续出台,大部分消费者对产品的能效都很关注,在选择家电产品时也更多青睐能效高、耗电低的节能产品。然而,尽管大家在购买家电时都会关注商品上标注的“能效标识”,却很少有被访者对这个标识的真实性产生过质疑。在被问及购买后是否检测过产品实际能效的问题时,一位女士表示“从没考虑过这个问题”,而这也正是大部分消费者的心声。

新闻背景

标识是企业自己贴上的“大红花”

“能效标识”又称“能源效率标识”,是附在耗能产品上,表示产品能源效率等级等性能指标的一种信息标签。

根据国家发展改革委发布的能效国家标准,标识为一到五级,一级最高,五级最低。能效标识上还有该型号电器能效比、每小时耗电数等。但与消费者理解不同的一点是,这个标识并非国家“颁发”给企业的“奖状”,而是企业自己贴上去的“大红花”。

我国《能源效率标识管理办法》规定,能效标识制度采取“生产者或进口商自我声明、备案,政府有关部门加强监督管理”的运行模式,生产厂家自行送样本参加检测,对检测者是否是第三方机构也并没有做硬性规定,有能力的企业可以在企业实验室进行检测。因此,能效标识事实上是企业的一种“自检”。此外,“能效标识”不但为用户和消费者的购买决策提供必要的信息,也是国家几大家电补贴政策的重要标准之一。这就使一部分家电厂商在能效标识上动起了“歪脑筋”。

利益背后

虚假能效标识背后是巨大利润

2009年4月,我国多省市展开了“家

电下乡工程”,对政策覆盖范围内持农业户口的居民购买冰箱、空调、彩电等9大类电器予以13%的国家财政补贴。同年6月,为了促进发改委出台了“节能产品惠民工程”,对达到能效标准和质量检测的产品给予补助。以节能空调为例,根据额定制冷量不同,国家对达到1、2级能效的中标产品提供每台300—850元不等补助。

“家电下乡”和“节能惠民”两项工程的产品都是通过招标形式确定的,对产品的能效标准有硬性要求。但某家电品牌负责人曾表示,“由于缺乏严格的监管机制,有少部分企业在投标时使用高效能产品,中标后却用同一个型号生产出来的低能效产品取而代之,以此谋取巨大的企业利润。”

以空调产业为例,目前市场上能效标识为1的额定高效节能空调,国家最高限价为4870元,而相同匹数的低能效产品,市场价只有2000元左右,两者间价格相差1倍。这位负责人介绍说,某些企业“明明是5级的低能效空调,却将它虚标

成1级、2级的节能空调,以骗取国家的财政补贴。还有品牌的1级能效空调的价格仅为1200多元,但1级空调的生产成本本身涵盖了整机价格做不到这个价位,要么是企业自己亏本,要么就是偷工减料。”

而这种偷工减料在“家电下乡工程”的产品中更加突出。几大出现不合格问题的品牌,大部分位列“家电下乡”产品名单中。消费者对下乡产品是积压库存,售出家电返修率高的质疑声也一直存在。

根据财政部在2009年发布的国家财政预算,我国在“家电下乡工程”中预计投入200亿元人民币。而根据现在的《能效标识管理办法》,如果有不法企业利用这项国家花费巨资旨在促进节能减排惠及普通百姓的工程作为牟取暴利的工具,这种欺骗行为被发觉后,受到的处罚仅仅是“由地方节能管理部门或者地方质检部门责令限期改正和停止使用能源效率标识;情节严重的,由地方质检部门处1万元以下罚款”。

2010年中国手机产量将超过7亿部 占世界产量60%

本报综合消息 中国通信工业协会会长王秉科近日在沈阳召开的“首届中国沈阳国际手机博览会新闻发布会”上表示,随着我国自主研发的3G标准产业链的完善和二三网融合,我国手机产业已全面进入3G时代,预计今年手机产量将超过7亿部,占世界产量的60%。

统计显示,2009年我国通信产业增加值同比增长7%,其中生产手机6.2亿部,同比增长9.8%,我国已成为世界手机第一生产大国和消费大国;2009年我国通信业务收入增长5%,电话用户达到10.6亿户,手机7.4亿户,人均手机已超过50%,接近发达国家占60%—70%的水平。王秉科说,我国手机产业全面进入3G时代,为全球通信终端市场提供了前所未有的巨大商机和发展空间。在手机及通信电子产品迅猛发展的大潮中,辽宁省沈阳市信息产业异军突起,预计未来五年时间内,沈阳将成为继长江三角洲、珠江三角洲、京津地区之后的又一个新兴手机产业基地。

世界抗癌大会专家:

手机使用与脑瘤发生无必然联系

本报综合消息 国际抗癌联盟2010年世界抗癌大会近日在深圳拉开帷幕。此次大会的主要议题包括肿瘤预防、治疗、检测、筛查、教育、防控措施等内容,会议共设102个专场,其中特别设置了9个中国专场和高峰论坛,邀请了来自世界各地的知名肿瘤专家、院士与国外同行针对中国高发癌症及相关治疗方式展开广泛而深入的探讨。

国际抗癌联盟现任主席 Prof.DavidHill 指出,癌症的发生主要有三个方面的影响因素:行为/生活方式、感染、环境职业影响。行为和生活方式主要包括吸烟、喝酒、节食、日晒等;感染包括 HIV、人类病毒;而环境和职业因素包括基础设施、水、食物、室内环境污染等等。据介绍,在大量会引发癌症的生活方式因素中,吸烟是目前世界上最大的一项可预防致癌因素。全球肺癌死亡人数中有80%—90%是吸烟导致的,而在发展中国家,这个比例达到30%。

在引发癌症的环境因素中,手机辐射是否会导致癌症的发生成为关注的焦点。DavidHill 指出,现在已有研究证明,手机的使用与脑瘤发生没有必然的联系,而且需要注意的是,其副作用要在使用手机很多年以后才能找到,“目前还没有具体的数据可测量、可衡量。”

国际抗癌联盟前任主席 DrEduardoCazap 也介绍,世界卫生组织正在支持一项关于使用手机是否会导致癌症发生的研究,不过这项研究要从研究小孩开始,而且需要15年的时间才能得出结论。他指出,手机可能会对大脑中枢神经产生影响,但是并不直接引起脑瘤的发生。

开学在即 准大学生热购“电纸书”



开学在即,那些拿着录取通知书,准备走进大学校门的准大学生们,开始着手准备入学的行囊。为了即将开始的新生活,也作为对孩子10年寒窗的奖励,家长们也慷慨解囊,为孩子选购入学好礼。小编在卖场走了一圈,发现除了电脑、数码相机等传统数码产品外,电纸书也成了准大学生们的热购产品。

小编在采访中发,有些家长是看重了汉王电纸书健康的屏幕显示方式和超大预装图书的价值。“这种屏幕显示像纸一样,长时间阅读也不会伤害眼睛,而且里面装了几千册经典读物,买这些纸书得上万元呢,多看些书对孩子的学习肯定是有好处的,总比每天抱着电脑看电影、打游戏要好得多吧。”一位陪孩子采购入学装备的家长对记者说。

小编从汉王电纸书销售人员那里了

解到,汉王电纸书 N618 除了预装 2000 多册畅销图书之外,还可随时登陆汉王书城,阅读和下载最新新闻资讯,汉王书城涵盖了《京华时报》、《环球时报》等各类报刊 60 余种,期刊杂志 268 种。汉王书城目前藏书近 10 万册,并逐日增加中。像《张居正》这样的热门小说,一本纸制书籍最低也要 20 余元,可汉王书城上 3 元便足矣,一些图书还可免费下载!汉王电纸书拥有手写功能,能读能写,方便学生记录读书笔记,而且电纸书只有 200 克左右的重量,一次充电能用 15 天。可以说,电纸书 N618 的上市,为报刊无纸化变革打响了一枪。

(购买咨询:海南汉王 0898 66517586)



“智能电视”遭彩电厂家爆炒

本报综合消息 随着“三网融合”的推进加速,彩电行业注定无法保持平静。5月20日,谷歌在美国正式展出“Smart TV”,6月2日,TCL在中国发布了基于 Android 操作系统的智能电视。智能电视作为一个全新的彩电品类正式亮相,让人感觉耳目一新。尽管谷歌和 TCL 明确标示,智能电视要走向市场仍日尚需时日,但在将“概念炒作”视作营销法宝的中国彩电市场,一些急于翻身的彩电厂家已然等不及。

8月初,打着“智能电视”旗号的产品,开始出现在全国各大电商商场。卖场的业务经理一语道破真相,“卖得不好,换个名字,也是一种营销”,从上周开始,有厂家把库存的电视都改叫智能电视。

智能电视精髓在于操作系统。以手机行业为例,当前业内公认的几大智能操作系统有 Symbian、Android、IOS、Windows Mobile 等。业内介绍,基于 Android 操作系统的智能电视,最大的特点是该系统平台对外的统一开放

性。它可以把成千上万的第三方软件提供给用户选择,根据需要进行个性化安装。而目前某些“智能电视”的“开放式平台”,并未采用业内公认的智能操作系统,第三方软件也无法由用户自行选择。

此外,“数百种体感游戏”也有夸大其词之嫌,“俄罗斯方块”这样的小游戏也被称为体感游戏。顾名思义,体感游戏是强调用身体去感受,突破以往单纯以手柄按键输入的操作方式,通过肢体动作变化来进行(操作)的新型电子游戏。“单纯用遥控器操作,没有肢体互动,这种游戏根本不是体感游戏。”

由此可看,当前市场上所谓“智能电视”依托的两大理由——“开放式平台”、“数百种体感游戏”,均属偷换概念,生搬硬套。这种行为的背后,是企业技术发展乏力下,无奈走上短视的概念营销之路。这种“轻技术积累,重概念炒作”的营销手法不仅误导了消费者,对彩电业长远发展也非常不利。

TCL 集团工业研究院院长闫晓林

曾表示,智能电视系统升级过快,对终端产品的开发上要求很高,以 Android 系统为例,短短一年多时间内已经从 1.5 版本升级到 2.2 版本,“作为后来者需要不断完善其兼容性”。

非但技术上要完善,从产业政策上讲,智能电视与国家现推行的“三网融合”背道而驰,因此在政策上无法得到国家相关部门的支持。随着国家网络有限公司成立,“三网融合”工作将提速,强调的是广电网、电信网、互联网的融合,三方业务的交叉渗透,而在终端产品上强调电视、手机、电脑的三屏融合,给消费者更多选择。互联网电视已取得了国家政策支持,被认定为是最佳的“三网融合”实践载体。

“三网融合”渐成现实,互联网电视的内容和应用也逐步走向规范。随着国家互联网电视牌照的相继发放,包括 TCL、长虹在内的多家彩电企业已经与有资质的运营商进行战略合作,平板电视向个性化体验和娱乐应用转型已成必然趋势。

创建幸福企业

用友 企业管理软件

用友软件海南分公司 海口市国兴路1号景瑞大厦A座9楼 咨询热线:0898-66517099

金蝶 企业管理软件

金蝶是香港上市公司(股票代码:0268)、中国软件产业领导厂商。为全球超过80万家企业和政府组织成功提供了管理咨询和信息化服务。连续5年被IDC评为中国中小企业ERP市场占有率第一名!

Kingdee 金蝶海口分公司 海口市大同路38号财富中心703 咨询热线:0898-66502285

金算盘 整合内外资源 助力企业成长

eAbax 企业管理软件

海南地区核心代理 康耐特自动化公司0898-66198628 海口市海南三东路上新商务大厦7D1座

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