

厨电消费误区：

产品质量、寿命和规范安装

本报综合消息 日前，业内发布的《2011年厨卫家电消费趋势报告》显示，目前厨卫产品在购买、使用和售后方面存在误区，其中涉及忽视产品质量和性能、对使用年限认识不清、安装不规范等问题。

目前，厨卫家电产品占到整体家电市场的10%，是各类家电中成长最快的品类之一。随着城镇化的深入发展和厨卫家电产品的更新换代将为行业提供巨大机遇。

该报告显示，目前消费者在购买、使用厨卫家电过程中以及厨卫电器的售后服务方面存在误区。其中，消费者在购买时对产品质量和性能重视度不够，目前市场上有大量的假冒名牌产品和质量不合格产品，而这类厨卫家电产品一般价格较低，并通过低价和赠品吸引消费者购买，导致消费者忽视产品的质量和性能。

另外，调查显示，我国85%的消费者对于厨卫家电的使用年限认识不清。按照我国相关规定，厨卫家电的使用寿命有严格规定，在定期维护前提下，燃气热水器、燃气灶、抽油烟机的正常使用寿命为5-6年，如果超过年限使用会存在极大危害。

中国消费者协会相关负责人指出，超龄家电存在安全隐患，以燃气灶为例，如果超龄使用有可能导致燃气泄漏。该负责人建议，厨卫家电生产企业在产品外包装和使用说明书上注明产品的使用寿命，并介绍安全使用知识和保养知识。

在售后服务方面，目前厨卫家电产品的安装环节存在不规范、收费标准不统一等问题。据悉，厨卫家电产品需要具有安装资质的服务人员安装后方可使用。如果安装不规范，在使用过程中极易出现安全问题。

该报告预测，未来5年厨卫家电销售的年增速将达到30%，节省空间的嵌入式厨卫产品、侧吸式抽油烟机以及冷凝式热水器市场前景较好。

行业协会负责人透露，将向政府部门呼吁出台节能补贴政策，推动热水器产业升级。

家电业欲破冰海外：

国产品牌海外市场占有率低

本报综合消息 三年前，全球彩电市场从CRT时代步入平板时代，一年前平板电视市场步入LED电视时代，今年又将步入3D时代。与此同时，空调也进入节能时代，去年从变频转向变频，今年变频空调或独领市场风骚。

然而，中国黑电和白电厂家在追赶全球家电产业快速升级步伐的同时，却发现自己依然没有走出产品低毛利率的漩涡。相反，对市场判断稍有失误，中国彩电行业在去年上半年集体遭遇平板电视库存危机；以铜为代表的原材料价格持续半年飙升，逼迫白电厂家走到产品涨价的节点。

“全球市场一体化趋势势不可挡，如果我们海外市场始终是一个‘侏儒’，那国内这碗‘饭’也一定会丢掉。”海信集团董事长周厚健表示，海信今后的发展战略是“大头在海外”，“走出去”是企业的“饭”，同样也是企业的“命”。其实，周厚健所说的正是中国家电行业多年发展的纠结之处。

在激烈的市场价格竞争下，产业和产品的升级似乎成为家电行业维持现有低毛利水平的必要手段，否则有可能像中国电脑行业，直接步入微利时代。虽然中国已成为全球的家电制造中心，但中国家电企业在海外市场的突破，似乎局限于代工ODM环节，为他人作嫁衣，始终处于产业链的末端、价值链曲线的底部。

“要想强大，只简单靠规模永远不能占据主导地位。”格力电器副董事长、总裁董明珠表示。“比如，格力在空调技术上已经超过日本，过去做8Hz，现在可以做到1Hz，这个技术源于自主研发的压缩机和控制器。所以格力海外销售中的自主品牌比重也达到30%。”董明珠指出，品牌影响力是不断积累的过程。

不过，有时技术和市场的领先也不一定改变中国家电品牌在全球市场知名度的困局。

奥维咨询副总经理文建平指出，格兰仕和美的在国内微波炉市场份额接近90%，在全球的市场份额也接近80%，但自有品牌在海外市场占有率仍然很低。美的日电集团微波电器事业部有关负责人透露，美的海外销量的80%都是OEM订单，惠而浦、博世西门子、松下、夏普、LG和三星等中高端微波炉基本是美的OEM的。

跨国电子商务整体解决方案提供商出口易总裁罗表示，传统贸易模式下的坚冰需要长时间才能打破。中国家电企业也开始尝试用电子商务直销模式。

志高控股董事长李兴浩则认为，除对拥有专利技术、超高性能指标的产品给予政策、税收方面的支持，还应该欧美设立商贸中心或物流中心，以共享资源支持高端产品出口。

2011家电博览会：

科技赋予家电新内涵

本报综合消息 中国家电博览会是家电行业参与企业最多、规模最大、知名度最高的行业盛会，迄今为止已成功举办了9届。本次展会展出面积近3万平方米，总展面积比上一届增加50%。此外，与前九届中国家电博览会相比，第十届展会首次突破“大白电”范畴，实现了“黑白交融”，参展产品将从洗衣机、冰箱、空调等单一的白色家电产品，过渡到囊括电视机、热水器、微波炉、整体厨房、小家电等全家电，实现从卧室、厨房、客厅到卫生间内家电产品的全面覆盖。

科技赋予电视新内涵

电视是家庭客厅不可或缺的家产品，素有“客厅之王”的美誉。在本届展会上，记者注意到，众多电视厂商带来了融汇了互联网、3D技术、手势输入技术等多种技术的电视新品，使电视从视觉效果到功能应用都有了巨大变革，赋予了电视新的内涵。

本届展会上，TCL、海信和LG电子都打出了“智能3D”的宣传口号。TCL推出了全球首款商用裸眼3D立体电视。这款电视采用全球领先的2D/3D兼容的高透超高精密度的柱面透镜技术，可以兼容播放2D/3D内容，并且支持裸眼观看3D影像。另外，该电视采用了8视点合成算法，可以从8个角度获得不同的图像，合成多观看角度的立体影像。

海信推出了搭载3DSOC芯片组的3D电视，无需3D蓝光播放器等其他外部设备即可实现3D全解码，并且可以实现硬件、软件并行运算处理，用户可根据观看需求调整3D视差、视点等。LG电子推出的72英寸3D LED电视吸引了不少人的眼球，该电视采用FULL LED技术，实现LED背光源的均匀分布和精准局部控光，使不同显示区域可以单独关闭或亮起，极大提高画面对比度和亮度。

除了3D技术，本届展会上TCL和海信还展示了前沿的手势输入技术。据了解，具有手势识别功能的电视一般会搭载1-2个传统摄像头，以及一个红外深度感应器和特殊的控制芯片。具有手势识别技术的电视电视就能在三维空间中追踪人的行动，用手势实现对电视的操作，而不用像之前那样依靠遥控器来

3月15日，2011中国家电博览会在上海新国际博览中心盛大开幕，来自国内外的众多主流家电品牌汇聚一堂，而融入了创新设计理念和前沿技术的众多产品为参会人员带来了一场精彩的视觉盛宴。



控制电视。记者在现场看到，演示人员用手代替遥控器可以实现视频、音乐之间的切换和点播，并且可以用与现实世界相同的动作来操纵游戏角色等。

创新亮点不断闪现

所谓没有创新就没有发展，而家电行业的发展历程更是伴随着创新的脚步不断前行。在展会现场记者观察到，从电风扇、豆浆机等小家电，再到洗衣机、空调等大家电产品，在不同产品的展位前总能发现创新的光芒在不断闪现。

在多数消费者的印象中，电风扇的形象中总是有数量不等的扇叶的，而本届展会上记者看到有两家风扇厂家推出了无叶片风扇。乍看之下，这款风扇特别像一个大大的放大镜，而实际上我们看到的圆环形盘面是一个气流扩大放射口，它可以讲气流扩大范围从而得到自然风的效果。这种没有叶片的风扇颠覆了传统设计理念的同时，也为消费者带来了更安全的使用效果，且免去了难于

清洗的困扰。

随着家电设计的不断进步，黑电、白电这种以颜色划分产品类别的方法也已经不再适用。在展会上，记者看到百年家电厂商惠而浦打破了洗衣产品一般为白色系的传统，推出了一款黑色系的洗衣机、烘干机产品。消费者可以根据需求下载惠而浦公司的不同的洗涤程序，并通过USB接口将洗涤程序输入洗衣系统，从而获得不同的洗涤效果。

此外，微波炉行业巨头格兰仕也携其最新产品UOVO在展会亮相，其颠覆性的圆形结构突破了以往微波炉方方正正的形象，令人有耳目一新的感觉；并且其首创的向上开启结构也为消费者使用带来了更多的便捷。

中国家电行业树立了从家电大国向家电强国转变的目标，而对于国内企业来说，创新是企业发展的不竭动力。中国家电企业应该增强自主创新能力，掌握核心技术，成为引领型全球产业的发展方向的家电大国。

震后赴日

汉王大力引进日本动漫作品



王科技与C&R社（日本创研株式会社）软硬件结合的移动终端设备进行研讨。

作为全球知名的动漫大国，日本动漫

作品多年来一直深得大陆读者喜爱，以《龙珠》、《花仙子》为代表的优秀作品更是对中国几代人的成长产生了深远的影响。通过与创研漫画的合作，汉王科技将以数字出版的形式引进更多的动漫作品。

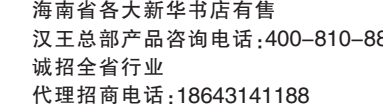
会议上，刘迎建介绍了汉王在中国获得的数字出版资质等成就，并表示日本动漫的引进，将为汉王书城打造最大的图书、动漫、期刊、报纸的网上商城注入新的资源。

论坛针对未来发展方向的结合汉

王科技与C&R社（日本创研株式会社）软硬件结合的移动终端设备进行研讨。作为全球知名的动漫大国，日本动漫

能通过Wifi从汉王书城下载更新，真正实现“读无止境”。

海南汉王科技有限公司
专卖店：海口市DC商业城
1楼1015室、2楼2006号
电话：0898-66525612 66517586
专卖店：三亚市创新电脑城1楼汉王专柜
电话：18689861481
海南省各大新华书店有售
汉王总部产品咨询电话：400-810-8816
诚招全省行业
代理招商电话：18643141188



揭开水货手机超值面具：

货源繁杂 质量难保障

本报综合消息 “买了一台水货手机，却发现原来是翻新机！”一位手机用户向记者如此表示。随着智能手机使用量的不断增加，水货手机已经成为消费者购买手机产品的重要选择之一。什么是水货手机？购买水货手机会遭受什么消费难题？

售前：货源繁杂 质量难保障

严格意义上讲，水货是非法渠道进入市场的产品。虽然和行货属于相同品牌但货品的来源非常复杂。也正因为如此，水货市场才又划分出：港行、欧行、欧水、港水……等不同类型。再加上由于水货需要采用走私的方式进入中国市场，因此绝大

部分水货商都会只将手机的机身进口，包装中的其他配件甚至电池都很难保证是原装的正品。不仅如此，从其他市场淘汰下来的大量“十四天机”（很多国外运营商会承诺机器售出后14天内可以无条件退货，这部分被消费者退回最终流入中国市场的机器就被成为十四天机）也会经过翻新后再次在水货市场上出售。更有甚者，有些水货商还会将手机拆解成零件后再到国内自行组装，进一步加大了水货手机质量的不确定性。

除了手机硬件，水货手机都需要重新“刷机”（即：水货进入中国市场后，由水货商再次安装手机操作系统）才能在中国市场使用。而水货商的操作系统并未经过厂

商的检测，因此系统本身漏洞较多，日常运行稳定性差，消费者日常使用隐患较多。

产品来源的复杂性和质量方面的参差不齐使得即便对手机非常了解的发烧友也很难确认一款水货手机的质量，更何况广大对手机产品和市场知之甚少的普通消费者。就这样，消费者用看似便宜的价格，买到了经过“偷梁换柱”的缩水手机，不仅并未得到实质上的实惠，反而为日后使用埋下了隐患。

售后：只能店保 服务无体系

由于水货手机属于非法进入市场，因此无法纳入手机厂商建立的正规售后体系。消费者只能享受由水货商提供的“售后

服务”。而绝大部分水货商规模小、“作坊”式的经营模式并无法承担起真正的维修服务，一旦遇到零件更换等稍微严重的问题，更是只能寄希望于上游厂商帮助解决。

在这个过程中某些经销商就会采用“拆东墙补西墙”的方式，从其他手机上拆下零件安装到问题产品上，操作规范和装配质量都无法保障。这样的产品归还到消费者手上一旦遇到问题，便很有可能产生更严重的质量问题。更重要的是，由于缺乏监管，水货商在维修费用上往往漫天要价，当初买手机时剩下的钱很快就又被水货商赚走。而遇到这种困扰的消费者想要申诉却难上加难。

认清水货手机售前和售后的真相后

苏宁推出

“Suning Solution”

家装电器整体解决方案

本报讯 阳春三月，又到春季家庭装修的高峰时节。近日记者从苏宁电器获悉，一套为消费者解决家装电器购置的售前、售中、售后三大环节于一体的全套家装电器整体解决方案，即日起正式出台。据悉，苏宁作为国内标杆性企业，一直致力于为消费者定制出最为合理科学的销售模式。而该套解决方案，则将以消费者家装环节中的各项需求出发，通过前期的收集服务需求开始，到最终形成购物后最长45天产品保留的闭环化服务流程，旨在为消费者打造出一站式家装电器选购配置的解决方案。

家庭装修

电器风格匹配化趋势日渐盛行

随着全民生活质量的进一步提高，住房环境的改善已成为当下众多家庭的头等大事。在此趋势下延伸出的“电器风格匹配家装风格”需求进一步得到普及。记者从苏宁获悉，每年的三四月份，作为上半年春季家装节的旺销月份，成套电器的购买比例每年均呈现出大幅攀升的态势，尤其是近两年期间，该趋势攀升的比例进一步加大，据苏宁不完全统计，2010年3-4月份期间，成套电器购买的比例占到40%左右。

记者从本市内一些家装设计公司也了解到，电器配置与家装风格相匹配的日渐盛行，已在家装业界各大设计师中达成了一种共识，而不少设计师在整体家装设计中，也会充分考虑到消费者差异化的设计风格进行推荐风格相近似或可以完全混搭的电器产品。基于市场此种需求下，记者也在苏宁店面看到，最近两年，各种电器产品的外观上也发生了质的转变。原先的电器产品均以白色、银色两大色系为外观设计重点，但如今来看，红、蓝、

金、彩等各种色彩的运用，也充分体现电器作为家庭装修风格匹配的关键性地位的进一步凸显。

苏宁推出“Suning Solution”

品牌化整体解决方案

针对春季家装旺季的来临，苏宁即日起正式推出“Suning Solution”家装电器整体解决方案。据悉，即日起，凡有家装电器配置需求的顾客，可前往苏宁海秀东路店二楼服务中心，苏宁可提供电器尺寸的免费测量、成套电器购买的VIP导购及核价等一站式服务。

记者了解到，针对售前的环节，苏宁为有家装电器购买需求的顾客，专门设立了家装服务中心，对于需要购买电器，但还不了解电器尺寸的消费者提供免费上门测量电器尺寸的服务项目。同时在售中服务环节上，苏宁一批培训有素的专业VIP导购员将进行全程陪同，从产品的品牌、型号、功能、色彩、尺寸等各个方面为顾客进行一一配置，在成套电器挑选出来之后，还将为其进行所有电器的核价精算，保证成套电器购买的最高性价比。此外，在结束整个购物过程后，可根据顾客的需求，为其免费提供长达45天的延长保管服务，方便顾客的家装需求。

苏宁经典户型套餐组合

多达数十款

据悉，活动期间针对有套餐购买需求的消费者，苏宁推出了经典户型不同需求的电器组合套餐，共计数十款供消费者自由选择。根据不同的户型面积与消费个性特征，组合出的6款电器套餐将分别满足不同家装群体对产品功能、个性、风格、价格的不同需求。据悉，按照苏宁推出的电器组合套餐，消费者成套购买可至少比单件购买节省20%。

液晶面板价格回升或超预期

本报综合消息 近日，记者从TCL、京东方等国内液晶面板建设厂家了解到，目前高世代液晶面板的建设仍在按计划推进，暂时没有受到较大影响。不过国内厂家也坦言，受制于工厂产能和运输条件的恢复，不少情况仍需进一步观察和评估。

被视为是中国彩电行业“救命稻草”的液晶面板建设布局，是否会因日本地震的影响而拖慢进展呢？

部分设备将延迟到位

日本是全球第三大经济体，在电子元器件和平板显示器件领域拥有领先技术和较大的产能，世界三大液晶面板基板玻璃厂商之一日本旭硝子株式会社主要生产线集中在日本；另一大玻璃基板厂商康宁玻璃基板设在日本静冈县。日本强震将对全球尤其是中国大陆平板电视供应链产生一定影响。

TCL集团品牌中心总经理梁启春指出，由于订单下得比较早，华星光电8.5代线受此次地震的影响相对较小，目前TCL仍按原有的时间表来推进华星光电项目。

不过他透露，由于80%的液晶面板制造设备需从日本采购，现在因日本地震部分设备的到位将延迟，“主要的问题还是在于运输何时能恢复。”梁

启春说。

京东方品牌推广部负责人魏静则表示，京东方位于北京亦庄的8代线确有部分设备是需要从日本采购，按照京东方的计划，8代线将于今年9月份量产，而这部分量产的一期设备目前多数已经到达，“后面的二期和三期建设是否会因地震受到拖延还不好评估”。

帕勒咨询机构资深董事罗清启指出，中国在面板建设领域刚开始涉足，而日本则是全球液晶面板产业最顶端的占有者，难免在这一方面受制于人。

彩电企业利润受挤压

奥维咨询研究经理张波分析指出，本次日本地震发生区周边，集中了彩电核心部件和面板材料的生产，强震导致大量上游企业停产，而目前我国彩电相关组件的部分材料主要从日本进口，除部分生产企业前期有战略采购外，对多数企业有较大影响。其中日本玻璃基板占全球35%的市场份额，玻璃基板的生产和运输受阻，短期内将对面板供给造成影响，因此面板价格回升的速度和幅度皆存在超预期的可能。

“这将会导致我们的采购成本上升，利润会进一步挤压”，面对上游面板的这种形势，国内一家彩电企业的高管如是表示。

就不难发现，缺乏保障的水货手机不仅无法真正帮助消费者省钱，反而有极大的风险增加消费者的使用成本。而看起来价格较高的行货手机却可以为消费者提供更加完备的保障，这种保障将在消费者遇到问题时起到极大作用。

■什么是水货手机？

简单说，水货手机就是指那些原本在其他国家销售，没有通过正常渠道报关和交纳关税而进入中国市场的手机。对于消费者来说水货最大的吸引便是“便宜”。在正规市场需要四五千才能购买的手机，在水货市场也许仅需三千多元便能买到，如此大的差价成为消费者选择水货手机的原因。

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

用友 企业管理软件

用友软件+用友云服务

迈向云端企业

用友云战略

成就亚洲最大、全球领先的企业云服务提供商

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