



家电过了保修期坏了,就需要自己掏钱维修,往往维修费还高的吓人。如今,又多了一项新的服务——家电延保服务,只要花钱就可以延长保修期,在保修期内同样也可以享受国家三包政策,听起来的确很美,那么这个钱到底值不值得花呢?

买还是不买? 家电延保是否靠谱?

本报综合消息 “与其等家电出了三包期花高昂的家电维修费、零配件费用,不如现在多掏几百块钱买个延保更划算。”这是商家惯用的延保宣传语。

在大部分商家口中,付费延保的服务颇有诱惑力,所购买的家电即使用了国家的三包期,照样保修,不仅上门的维修费全免,零部件的费用也免了。

“家电延保”费用一般多少?

笔者从卖场了解到,各个家电卖场的延保费用根据品类、产品售价以及保修年限的不同,收费标准不同,一般来说,产品价格越高,需要缴纳的延保金额越高。

从促销员的口中我们了解到,有些小家电延长一年保修期只需要几十元,而大家电的延保费用略高。以某合资品牌标价3299元的滚筒洗衣机为例,延长一年保修期需缴

纳115元,两年190元,三年290元。

“延保”≠“三包” 谨慎选择

笔者从工商部门了解到,商家推荐的“延保”服务,但实际上“延保”与“三包”是不一样的。“延保”服务大多是厂商和销售商自行制定的,延保的维修费由保险公司出,家电出了故障,必须到商家指定的维修点修理,否则就得由消费者自己买单。据了解,还有一些商家会在“延保”中规定,多次维修不好而更换同样牌子的家电不能再享受“延保”服务,也不能退延保费等。面对这些“猫腻”,在购买延保服务前,一定要弄清楚所购产品的厂家是否有延长保修服务的承诺,若有则不用再花钱买延保。

目前“延保”服务还不受法律法规保障,最终解释权往往把握在商家手中。消

费者与商家签订“延保”服务时,要详细了解“延保”服务点、“延保”期限、“延保”范围、故障责任界定、退保条件等,最好与商家签订书面的协议,并开具票据。否则一旦出现分歧,很难确定责任方。

另外,是否购买延保应该视产品而定,一般而言,新兴产品、高端产品、性能不是很稳定以及维修成本较高的产品有必要购买,如平板电视等;技术成熟、通常性能都较稳定的产品则可以选择性地购买,如冰洗类产品;而小家电类产品大多价格便宜,且产品更新速度也很快,一般过了“三包”期后,产品也该更新换代了,所以这类产品不必要购买延保服务。

警惕延保服务捆绑销售

笔者在卖场调查发现,一些推出延保服务的家电卖场为了完成延保销售任务,

竟然采用捆绑销售的方式,强迫消费者购买,损害消费者的权益,从而引发了诸多消费纠纷。一些家电卖场,大到冰箱、平板电视、洗衣机,小到手机、小家电,很多产品都是除了本身的价签外,还有一张延保服务价目表。虽然家电延保服务名义上是商家在产品之外推出的,消费者可以自由选择,但实际上,一些卖场却在消费者不知情或无法选择的情况下,将延保服务与家电产品一起捆绑卖给了顾客。

专家表示,如果在消费者不知情的情况下销售延保服务,不仅侵犯了消费者的知情权,也侵犯了消费者的选择权。此外,把延保服务作为捆绑附赠产品,是一种变相的强制消费行为,也是法律所不允许的。如果遇到类似捆绑销售时,应该及时维权,可以向当地工商部门或者消费者组织进行投诉,以维护自己的合法权益。

第五届全国售后服务评价活动揭晓 苏宁电器蝉联“全国售后服务十佳单位”

本报讯 4月2日,由中国商业联合会、中国保护消费者基金会主办的“第五届全国售后服务评价活动揭晓发布会暨售后服务高峰论坛”在北京召开,苏宁电器以消费者提供“专业、快捷、周到”的优质售后服务连续第五届中国售后服务十佳单位,成为家电零售行业里唯一获得此项殊荣的代表。

强化后台建设 苏宁蝉联五届售后服务大奖

据了解,全国售后服务评价活动每两年举办一次,评价对象为在中国境内注册的生产、销售及服务型的企业。共500多家企业报名参加,在100多家网站上公示投票,由专家评审委员会综合评定,确定在售后服务突出成绩的企业。

苏宁是家电零售行业唯一一家自活动举办以来连续获奖的企业,创立20年来,苏宁坚持“专业、快捷、周到”的优质售后服务。服务网络布局采取“先销售网络一手,深销售店面一级、快用户需求一步”的原则,在优化一二线城市服务网点的同时,加大对三四线城市市场服务网点的拓展力度。目前在全国售后服务网点近4000家,全面实现了“有电器销售的地

方就有苏宁服务网络配套建设”,2010年苏宁售后服务规模突破1000万台。

加强服务培训 力推服务价格透明化
2009年,苏宁获得国家三级职业技能培训机构资格证书及南京市职业技能鉴定站职业鉴定资质,成为国内行业首家由企业内部认证上升到国家行业标准的资质认证。

近年来,苏宁积极组织售后服务人员进行国家资质证书以及苏宁内部证书的考核,确保售后服务人员专业能力的持续进步。另一方面,苏宁持续推进“蓝领工程”建设,打造了一批一线终端服务精英,有效提升了维修工程师服务素质。2010年苏宁共开展24个集训班,培训近千人次。

苏宁在加强内部服务价格监管和完善售后服务价格体系的同时,率先作出对家电售后服务价格进行明码标价的承诺,在官网公示各品类家电的维修价格,进一步推动了售后服务价格的透明化。据苏宁有关负责人介绍,苏宁将坚持透明、规范的服务收费,兑现向消费者的承诺,并接受广大消费者和国家、行业的监督,让消费者明白消费。

国内电子阅读器市场竞争升级 内容争夺成焦点

本报综合消息 随着市场竞争的加剧和终端技术的升级,电子阅读器的利润将开始下降,单纯依靠终端盈利的模式难以形成竞争优势,内容资源的争夺将成为未来市场竞争的焦点。

Endeavor 易观智库的最新数据显示,去年第四季度中国电子阅读器销量达到31.78万台,环比增长20.11%。去年全年的销量一共达到106.69万台,成功突破100万台,比预期的105万台略高。

今年,不同类型的平台竞争激烈,云中书城、百度的文库书店、Google电子书店,包括当当网也有机会加入到数字出版内容平台的竞争中来,同时,中国移动阅读基地也做了对应的网站,今年有可能上线运营,一方面可能会提供用户在内容库,另一方面可能推广云阅读的功能,待内容资源逐步丰富,再依靠用户优势切入到内容平台的竞争中。

不过,易观国际认为,电子阅读器市场仍需要一段时间进行培育。终端设备与内容的脱节更是让电子阅读市场深陷尴尬。目前,市场上主流的电子阅读器终端价格较高,容量大一些的终端,报价则高达两三千元。至于市面上千元左右的终端,一分钱一分货。这些产品受制于较小的容量,触控屏功能,翻页速度也较慢,难以满足消费者的阅读要求。

专家表示,开放的商务平台上游和下游出版内容平台的竞争,整合上下游产业链的优势,必将成为电子书产业发展的未来。电子书市场的发展态势应该是前三年靠终端盈利,中三年靠平台盈利,后三年靠内容平台盈利。

常识揭秘:初次使用电冰箱注意事项

第三,冰箱应用专用三孔插座,单独接线。没有接地装置的用户,应加装接地线。设置接地线时,不能用自来水和煤气管道做接地线,更不能接到电话线和避雷针上。

第四,检查无误后,电冰箱静置半小时,接通电源,仔细听压缩机在启动和运转时的声音是否正常。如有管路相互撞击的声音,如果噪音较大,应检查电冰箱是否摆放平稳各个管路是否接触,并做好相应的调整。

需要注意的是,冰箱在存放食物前,先空载运行一段时间,等箱内温度降低后,再放入食物,存放的食物不能超过,尽量避免电冰箱长时间满负荷运行。

涨价:家电的“低调”与日化的“高调”

本报综合消息 日化企业这次涨价显得很有“高调”,与家电涨价时的“低调”形成鲜明对比。这是商业领域一个很有趣的现象。产品还没涨价,联合利华、宝洁、纳爱斯、立白等日化“四大巨头”纷纷提前透露涨价计划,搞得路人皆知。

最近几年,家电界传出的几乎都是降价的声音,但实际上,一些家电也悄然调高了价格,比如前几年空调价格实际上已经上涨了,去年夏天时,空调都会涨价,其他很多白电去年下半年也曾悄然涨了价。近年来,除了西门子、格力等少数几家家电企业曾公开宣布涨价外,其他家电涨价时都是不愿声张。因此,与这次日化产品涨价搞得满城风雨不同,家电涨价似乎一直很少引起广泛关注。

“就像智能手机”

现在家庭里使用的电视机大多都属于手机,是一个个分散的“信息孤岛”。消费者被动地接受各种影视娱乐节目,没有自己的选择空间。2010年,随着两大巨头谷歌和苹果分别推出基于Android平台的Google TV以及整合内容服务的Apple TV,行业内掀起了一股智能电视热潮,彩电厂商也开始积极跟进。

海信智能电视相关负责人介绍,现在电视和手机的融合趋势越来越明显。“电视的信息化技术更新速度非常快,他们需要新的兴奋点来刺激。而电视行业近几年发展的模式也越来越PC化,随着竞争白热化,彩电企业的利润率日趋薄,彩电企业就需要不断制造概念吸引消费者。而这正是几年前PC行业的做法。”

反应速度决定未来优势

目前,包括联想、宏碁与华硕在内的PC厂商,都已积极涉足智能家电领域。面对来自IT企业的竞争,家电企业将面临更加严峻的市场竞争。

增值业务成严打重点

增值电信服务安全问题是移动互联网和IT技术发展的衍生物,是互联网移动化、移动网宽带化、移动终端智能化、终端操作系统开放化的结果,尤其是随着Android平台的逐渐普及,及其完全开放

“就像智能手机”

本报综合消息 Android、Windows 这些原本属于电脑、手机的系统也将在电视机里出现了。从3月23日开始的一周里,TCL、长虹、创维和康佳四家彩电企业纷纷宣布推出基于Android系统的智能电视。

现在家庭里使用的电视机大多都属于手机,是一个个分散的“信息孤岛”。消费者被动地接受各种影视娱乐节目,没有自己的选择空间。2010年,随着两大巨头谷歌和苹果分别推出基于Android平台的Google TV以及整合内容服务的Apple TV,行业内掀起了一股智能电视热潮,彩电厂商也开始积极跟进。

海信智能电视相关负责人介绍,现在电视和手机的融合趋势越来越明显。“电视的信息化技术更新速度非常快,他们需要新的兴奋点来刺激。而电视行业近几年发展的模式也越来越PC化,随着竞争白热化,彩电企业的利润率日趋薄,彩电企业就需要不断制造概念吸引消费者。而这正是几年前PC行业的做法。”

电脑彩电厂商进军智能电视 专家担心彩电业迷失

是大势所趋,2011年将成为智能电视的培育年,预计明年智能电视销量将大幅突破。

记者发现,智能电视增强了人机互动,在应用上可以使消费者有更多选择。由于采用Android操作系统,只需安装插件便可实现电视与手机、电脑之间的互联互通。

海信智能电视相关负责人介绍,现在电视和手机的融合趋势越来越明显。“电视的信息化技术更新速度非常快,他们需要新的兴奋点来刺激。而电视行业近几年发展的模式也越来越PC化,随着竞争白热化,彩电企业的利润率日趋薄,彩电企业就需要不断制造概念吸引消费者。而这正是几年前PC行业的做法。”

一位家电业人士也表示,电视企业现在危机四伏,他们进入电脑市场门槛很高,而且IT企业打家电市场则更有优势,而且电视企业一直是组装厂的性质,内容是他们的短板,这次抢先推出平台,也是想在智能家电市场抢占有利位置。

软件支撑不力

值得一提的是,企业和消费者对于智能电视的认知标准并不统一,与智能手机拥有成熟的应用程序商店相比,智能电视在应用商店的开发上基本处于空白状态。

技术层面上,硬件的架构由于众多IT厂商的参与,技术上难度不大,只是应用软件商店的发展速度缓慢,这会制约智能电视应用普及的速度。但随着IT、PC厂商介入IT制造:如联想要做互联网电视、苹果的APPLE TV,现阶段TV的技术壁垒正逐渐弱化,如果TV整机厂家的反应速度太慢,不能在智能电视领域取得主动权,将在未来面临巨大压力。

七成手机用户面临安全威胁

增值业务成严打重点

本报综合消息 在用户不知情的情况下,手机自动点播、订制服务,或点击订制类服务后,未经二次确认即被扣费;手机一不小心就被安装上恶意程序且难以卸载……上述增值电信服务安全隐患有望在今年得到有效整治。

工信部通信保障局副局长熊四皓近日在“2011(第三届)通信网络与信息安全高层论坛”上表示,今年在网络安全方面将启动增值电信服务安全防护,贯彻《通信网络安全防护管理办法》,开展监督检查,并及时整改检查中发现的问题,并将与有关部门联手严打网络病毒黑色产业链。

增值电信服务安全问题呈现多元化、复杂化的趋势。据相关机构统计,2010年,遇到病毒或木马攻击的网民比例为

45.8%,被感染的手机终端达到800多万部,手机终端上的恶意程序累计达2500余种,其中有1600种是去年一年新增的;有过账号或密码被盗经历的网民占21.8%。

另据中科院报告显示,当前68.6%的手机用户正面临移动安全威胁,被恶意扣费类病毒感染的手机达250万部以上。手机病毒经常伪装成有正常功能的盗版软件诱骗用户下载,并通过彩信、短信及链接进行扩散,给用户的个人隐私及财产安全带来隐患。

增值电信服务安全问题是移动互联网和IT技术发展的衍生物,是互联网移动化、移动网宽带化、移动终端智能化、终端操作系统开放化的结果,尤其是随着Android平台的逐渐普及,及其完全开放

的特性,相较于iOS、Windows Phone、Symbian等系统,基于Android平台的病毒泛滥可能性更大。此外,新浪微博、腾讯微博等即时通讯技术发展迅猛,这些手机社交网络包含了众多隐私信息,能够支持分享短链接,易被利用来传播恶意信息。况且,手机社交网络传播非常快速,若某个社交网络漏洞被黑客发现,就会在极短的时间内影响庞大的用户群。

从外因上看,各种增值电信服务安全问题是利益使然。据透露,目前网络病毒黑色产业链规模已非常庞大,从病毒的制作到传播,以及发起网络攻击,再到不当获利都有一系列相对比较成熟的链条在支撑整个黑色产业链的发展。

从根本上防御增值电信服务安全风

险刻不容缓。当下,电子商务类互联网应用已成为我国互联网经济发展最快、最迅速的主力军,而手机网络商务应用发展面临的重大威胁就是安全问题,这也是移动互联网从娱乐走向深层商务应用的首要制约因素。《第27次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2010年12月底,我国手机网民规模达3.03亿,是拉动中国总体网民规模攀升的主要动力。最引人注目的是,网络购物用户年增长48.6%,而网上支付和网上银行也呈现45.8%和48.2%的年增长率,这预示着更多的经济活动将加速步入互联网,以及移动互联网时代。

不可否认,增值电信服务安全保障机制正在逐步完善,网络与信息安全事件的



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号瑞康大厦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