

3D电视今年前七月 降价超三成

问的人多买的人少

去年上半年，整个彩电市场上还只有三星和索尼两个品牌的3D电视，今年以来3D电视就如同雨后春笋一样出现在各大卖场。目前，市面上已经有10多个品牌、各种尺寸的超百款3D电视在销售，部分国产品牌还推出入门级的32英寸3D电视，而入门级的32英寸和高端的60英寸3D电视的价格为4000元至6000元，价位相差15倍。

记者在市内多家家电卖场看到，3D电视总是被放在最显眼的地方，不少商家还放置了3D眼镜支架，透过镜片顾客可以看到3D电视呈现的立体效果，不过记者发现前来选购彩电的消费者大多对3D电视持观望态度。

在电器店，一名3D电视促销员告诉记者，前来了解3D电视功能的消费者很

多，但是真正购买的人却很少，而且许多消费者只是停步于电视机前，戴上眼镜观赏一番，了解了价格后就咋舌不已。

对于“3D电视价格贵”的观点，上述促销员告诉记者，那是消费者对3D电视的了解存在误区。这名店员解释，3D电视的高价位并不完全取决于它的3D功能，更是由电视机整个高端配置、高清画面、人性化设计和细腻的画质决定的。

结构性降价为要因

事实上，为了打开3D电视销售大门，彩电企业们正尝试以降价来刺激消费。据统计，今年“五一”，在国内市场推出3D电视产品的彩电厂商已达12个，零售市场上的3D电视型号也已超过60款，与去年动辄几万元的价格相比，市场上目前已有大量万元以下的3D电视产品。特别是今年春季以来，国产品牌致力



于3D电视普及，推出了大量的低价3D电视产品。

与此同时，相关统计显示，2011年前7个月3D电视的消费者关注度逐月上升，而价格则在逐月下降，从1月份均价16000元降至10000元，下降幅度大为37.5%。

导致3D电视价格“大跳水”的原因，有专家分析是3D电视竞争激烈所致，此外，偏光式3D电视的面世迅速地

拉低了成本价，因为这类电视一方面仅需在液晶面板中加入偏振组件即可实现3D显示，另一方面其配套的眼镜制作简单，价格低廉。

此外，今年以来，国产的3D电视在尺寸方面纷纷压缩了50英寸及以上屏幕的电视生产，40英寸至47英寸3D电视所占比例大幅增加，这也使得3D电视总体价格出现下降，以刺激消费者购买欲望。

iPad 3 年底上市不涨价



本报综合消息 苹果极有可能在今年打破之前每年发布一款新品的惯例。也就是在今年2月发布iPad2之后，不会在明年这个时间发布iPad3，而是打破惯例，力争年内抢先登陆。同时，对于价格、配置方面，传言中也提到了众多网友间传言的高清Retina显示屏。很多专业人士看来，如果采用更优质的屏幕则意味着iPad3的成本将会大大增加。显然，iPad3的价格与配置是把双刃剑，苹果将何去何从呢？

早前，相传iPad3将更名为iPad2 HD，iPad2 plus，这次又换了新名称为iPad2 Pro，我们无法验证这消息的真实性，但是下一代iPad一定会做得更加优秀，价格从二代到一代的降价300元，可以看出3代的价格不会有太大变动。

3G手机陷大屏之争 业内称5英寸为屏的极限

国信也称，其定制的主流天翼3G智能手机要求4.0英寸屏以上。

5英寸是手机屏的极限

手机显示屏越做越大是否越好呢？在一定尺寸范围内自然是如此，因为手机显示屏越大，手机的显示效果越逼真，多媒体效果更好，尤其是玩手机游戏、看视频体验更佳，这也是目前为何大屏幕手机成为3G智能手机主流的原因。

TCL通讯一位高层人士对记者表示，目前智能手机的显示屏基本上都是3.5寸以上了，夏普等手机屏的供应商对大显示屏的供应也不成问题。

另外，在市场竞争层面，智能手机显示屏从2G时代主流的2.8寸跃升到现在的3.5寸，既是3G智能手机崛起的标志，也是以苹果为代表的新兴厂商超越以诺基亚为代表的传统手机厂商的重要象征。

据悉，在宇龙酷派之后，HTC、戴尔等都推出了5英寸大屏手机。而接下来，手机厂商拼比大屏将是趋势，将决定手机界面、手机应用的操作性等许多重要要素。不过，对于手机屏到底应该

为多大，各个手机商的看法并不统一，争论不少。宇龙酷派李旺则表示，智能手机在工业设计上，长宽高和厚度都还是有其极限的。他认为，目前不少手机都主张超薄，但8毫米是超薄的极限。而屏幕上的5寸屏是个极限，超过了则是属于PAD(平板电脑)。

平板电脑与手机的界限

李旺认为，5寸屏的终端是平板电脑还是手机的重要区分点就是能否“一手掌握”，即该手机的宽度是可以使用一只手掌控制的，而不需要两只手来拿着该终端。

有业内人士的看法是，如果按照这个标准，戴尔公司最近出品的一款5英寸屏终端不能算是手机，因为它不能单手操作，因而只是一个小型平板电脑。

宇龙酷派透露，下半年将继续推出两至三款5英寸大屏系列手机，以保持在大屏智能手机市场的领先地位。有意思的是，最近三星也推出了一种4.5英寸屏的手机，有业内人士告知，4.5英寸屏在主流的4.3英寸屏和5英寸屏夹缝中出炉，难以成为主流的手机屏大小。

苏宁秋装节

主推产品、服务、支付一体化解决方案

本报综合消息 进入8月，秋季家装市场也将逐渐升温。近日记者从苏宁电器获悉，从本周起，苏宁2011全国秋季家装电器节正式启动。据悉，为期一个月的秋季家装电器节活动期间，针对此时大量存在的多件电器购买的消费需求，苏宁通过全线定制产品、服务、支付三大方面的整体解决方案，为消费者全线打造更加便捷的一体化家装类电器购物模式。

苏宁细分群体 打造三大类产品解决方案

据介绍，每年8-10月份，是秋季家装的重要月份，此时市场对于成套电器购买的需求也呈现出全年的最高峰值。据悉，每年秋季家装时节，除了大量的新婚情侣成为电器套购的主要目标客群外，改善型电器购买需求及租赁投资型电器购买需求也一跃成为另外两类需求量较大的目标群体。据悉，彩电、空调、冰箱、洗衣机、厨卫等家装类电器新品及畅销型号，均将在秋季家装节全面上市并放量。各大工厂倾斜资源独家支持苏宁秋季家装节，货源及套餐让利力度也将优先保证在苏宁购物的消费者。在各大品类畅销海量特价单品方面，彩电、冰箱、空调、洗衣机、厨卫等大量一票到底大单采购机型也将全面放量。

苏宁联合多家金融机构 打造多元化支付方案

为了让更多的消费者在有限的预算内，购买到计划内的电器商品，苏宁在总部层面除了联合近10家银行外，各地苏宁也将整合自身金融机构资源，为消费者提供更为多元化的金融支付方式，解决消费者预算超支的各种问题。

据了解，苏宁会员持交通银行苏宁联名卡在海口苏宁电器各门店即可购买到优惠的空调产品，此外，在七夕当天以“浪漫七夕来苏宁我们约‘惠’吧”为主题，推出购物就送7777积分活动，苏宁会员们赶快行动起来吧！

苏宁打造秋装电器 无忧全程服务三部曲

据介绍，每年春秋两季家装旺季期间，

高温催热二手家电租售

本报综合消息 烈日骄阳带来夏日的高温，暴雨过后带来潮湿闷热，高温湿天气催热了制冷家电市场，也有不少选择租房或购买二手空调、冰箱等电器度过炎夏日子。记者采访发现，二手家电租售市场正在悄然兴起，但问题随之出现。

二手家电生意红火

在一个二手家电市场，一位摊主告诉记者，从入夏，旧空调、冰箱的租售生意就开红火，气温越高生意越好。记者看到，这个摊位上的旧家电以空调为主，也有一些新旧程度不同的冰箱。“天热，空调生意好做，一周就能租出去五六台，也有一部分人来租冰箱。”摊主告诉记者。

记者发现，在这个市场里，大多数店铺都在做空调、冰箱出租的生意。各个摊位陈列在外的空调都显得有些陈旧，室内机发黄，室外机落满灰尘。现在有的店铺已经出现一机难求的状况。还有多家摊位的摊主告诉记者，目前1匹和1.5匹的空调都已经租完，只有功率较大也比较旧的空调可以提供。

据了解，空调的装卸、冰箱的送货等均摊主负责。不过，如果路程比较远，消费者就需要支付一定的运费。

此外，二手空调、冰箱的销售生意也不错。前来购买二手冰箱的赵小姐告诉记者，她买的这台冰箱市场价需要2000元左右，现在只需要花800多元就能买回家，机器看起来不太旧，对于刚出来工作的她还是很划算的；另外，一些出租屋的房主，为

了提高租金，也纷纷低价购买二手空调、冰箱等家电。这样房租就能由此上涨100元。据介绍，租房和购买二手家电的以正在租房的刚毕业的大学生、外地务工人员以及因拆迁暂时在外租房居住的本地人为主。新家电器价格不菲，且在搬迁时会成为负担，因此这些人大多不愿购买新空调。

隐患多维权难

一家店铺老板透露，一般租出去的1.5匹空调至少已使用了5年以上，回收价格在300元左右，所以空调租赁是稳赚不赔。

中国家用电器服务维修协会相关负责人表示，目前大部分出租的家电都是二手货或者翻新机，或多或少存在安全隐患，有的线路老化还会出现燃烧等严重后果。同时，目前对于二手家电缺乏相应制度保障，比如什么样的二手家电可以列入租售范围，租售的费用、租赁的押金如何收取，租户和店主发生纠纷时，应该如何处理。目前这些都由店主自行决定，消费者处于弱势。

从买者角度来说，二手电器有着新电器所不具备的价格优势，从卖者角度来说，将旧电器以低价卖出总比放在家里老化至无用好，因此二手家电市场具有一定市场潜力。但是购买二手家电的风险买者要远大于卖者。因为信息不对称性，买者在二手家电市场购买电器时无法获得电器的真实信息，例如主要部件维修情况、翻新、产品合格与否等重要信息，而这些信息将成为判断产品是否安全的重要标准。

家电“免费安装”不免费

消费者直呼伤不起

本报综合消息 花几千元买台空调回家，上门安装却被告知还要收取50元的插头费；新买的热水器，安装时高压管、排烟管等样样都要掏钱……市民在买家电的时候，常常为能打折而欣喜不已，但是欣喜过后却发现，家电在安装的过程中，还需要被收取一些辅件器材费，这样算下来，等于根本没享受什么优惠。近年来，家电行业这种“二次收费”现象泛滥，大有成为“行规”之势，消费者直呼伤不起。

空调柜机另买插头

目前市场上2匹以上(含2匹)空调柜机不配备插头，且缺乏相应保护措施，侵害消费者安全权。权威部门一调查显示，被调查的11个品牌30余个型号空调，100%的品牌2匹空调都未配备电源插头，消费者需另行购买插头，价格从20元至50元不等，且普遍是在消费者询问后才告知。厂家对此的解释是柜机功率较大，消费者家的线路情况各不相同，可能会因电路环境问题造成安全隐患。

记者支招：对2匹以上柜机空调而

言，因为功率比较大，用空气开关确实是为了更安全考虑的。不过，现在很多家庭在装修中，都会为空调预留了专线加上配电箱中的空气开关，这种设计其实就是起到了空气开关的作用。消费者可以了解清楚家中的线路设计，如果是上述设计则可以用普通插头，只是注意长时间不用时最好直接到配电箱内把那一路空调线关闭。

底座挂架另收费

平板电视需要安装底座或挂架后，消费者才能正常观看。目前大多数国产和合资品牌都随机器赠送底座，而有部分小尺寸平板电视甚至明示底座要另收费，成为真正的“裸卖”。与此同时，挂架则几乎都是列入厂商的收费项目，用户需要交上百元至数百元不等的费用。

记者支招：消费者在购买平板电视前，应该先想清楚买回家的电视究竟是挂在墙上还是摆放在电视柜上，这样在卖场选购时才能真正做到有的放矢。还有，消费者在购买平板电视时一定要问清楚价格中是否包含底座或挂架，如果没有的话底座或挂架的另外购买需多

少钱。

随机配件长度过短

目前，市场上需要上门安装的家电商品如洗衣机、油烟机、燃气热水器、壁挂炉空调等商品，随机附带的配件尤其是管件长度较短，迫使消费者需二次购买相应的配件产品。据了解，以往空调厂家标配的铜管长度一般不少于4米，一般家庭用户安装已够用。可能是出于节省成本的考虑，如今大多数空调厂家把挂机标配铜管长度缩短到3米，甚至有些只有2.5米。另外，洗衣机免费管长度一般为80厘米-110厘米，多数消费者家庭都需要再加管或改造现有管线。

记者支招：对于水管等配件长度过短的问题，对普通消费者而言确实比较麻烦。因为很多配件都是在实际安装中才发现不合适的，因此建议消费者在购买前最好能够了解洗衣机、热水器或者空调的安装位置到相关水管、气管的大致距离，以及水管接口的内径大小等，多数配件问题在和销售人员进行沟通中就能第一时间得到解决，从而免除安装时的烦恼。

“二次收费”现象是怎么出现的？

为什么在安装过程中常常出现“二次收费”的现象呢？有业内人士认为，随着原材料价格的上涨，电视支架、底座成本也在增加，厂家不愿意承担这部分费用，这部分额外消费就摊到了消费者的身上。

据一些业内人士透露，目前很多家电制造商已把“上门安装”业务外包出去，制造商或家电零售商只向外包公司支付免费上门安装的劳务费。家电包装以外的材料使用费用则由外包公司向消费者收取。据了解，厂家提供的品牌配件已先批售给家电零售商或安装公司。“整批零售”这部分安装材料已成为安装公司的重要盈利来源。对于这部分消费项目，家电制造商普遍予以认可。一些家电品牌的相关负责人也称配件收费一事，是激烈竞争后的必然结果，已经发展成为行业内的潜规则，对此，他们也很无奈。

冰箱市场增长放缓 高端产品销售不佳

本报综合消息 夏天本是冰箱热销的季节，但来自奥维咨询(AVC)零售监测数据报告显示，今年6月中小容积产品的销售比重上升，高端产品份额回落。

高端产品销售不佳

今年6月，热销冰箱产品的结构也在发生变动。去年多门冰箱旺销，而今年6月中小容积产品的销售比重上升，高端产品份额回落。除对开门产品零售均价环比上涨1.5%，三门、多门冰箱的零售均价环比均有不同程度的下滑。尤其是三门冰箱产品本月零售均价3123元，环比下降1.9%。

从容积来看，本月冰箱市场中小容积产品零售量份额上升。200升以下产品环比上升4.7个百分点，其中160升以下产品零售量上升最为显著，环比上升3.1个百分点。

奥维咨询白电分析师耿明华称，今年国内家用冰箱品牌竞争加剧，在家用冰箱增速放缓的情况下，市场是否开始进入“掠夺式”竞争时代，需要看下半年市场表现。

市场增长放缓

奥维咨询(AVC)零售监测数据显示，6月冰箱产品同比增速仍然在低位徘徊，市场零售量同比增长0.6%；零售额同比增长1.9%，均维持低位。

耿明华称，宏观环境的偏负面因素及消费需求的不振，使得整个冰箱行业被阴云笼罩。“从供需的角度看，受上游原料涨价、企业成本压力增大影响，企业对市场投入比去年有所减少。同时消费者需求趋于饱和，一、二级市场早已稳定，在家电下乡政策下，冰箱一直是农村最热销的下乡产品，但现在下乡政策对农村市场的需求已经减弱，不太可能有较高的增长。”耿明华表示。

奥维咨询白电市场总监称，“现在冰箱市场正在正常回归，下半年没有特别重大的外部利好因素，前两年的高速增长将有一个明显的回落。”

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