

## 行业新资讯

布局智能家居  
格力手机亮相了

任性的大姐在两个月前称“我要做手机,一分钱,太容易了”,两个月后便拿出了格力牌手机,这一举动让家电圈和手机圈行业人士惊呼“太突然了”!近日,格力电器董事长董明珠在中山大学演讲现场,突然拿出了格力手机,她说,“我已经在使用。”

格力亮相的手机为白色、大屏,手机背后有格力的标志。手机本是电子快消品,董明珠对格力手机的定位却是“格力要做三年不用换的手机”。对于格力手机的具体研发及销售信息,格力内部人士皆拒绝透露。

据了解,自董明珠与小米董事长雷军打赌以来,格力电器先后与魅族、奇虎360、酷派等公司传出了合作生产手机的传闻。不过,证券时报记者经媒体核实,三者与格力牌手机均没有关系。格力电器证券事务代表接受记者采访时表示,格力做手机主要是为了布局智能家居。

(据证券时报)

## “黑色星期五”销售额大增204.65%

3月13日-15日,经过3天“鏖战”,国美“黑色星期五”活动,最终以204.65%的销售额增幅创下了家电零售行业的新纪录。

据国美官方数据显示,截至3月16日零时,国美“黑色星期五”购物狂欢节三日总体销售额同比提升204.65%。其中,国美线下门店仅在3月13日的销售额就超过去年同期两日销售总额;3天销售总额同比提升89.3%。值得注意的是,3月12日-15日,国美在线全站流量暴增2倍,交易额同比增长320%,移动端同比增长1103%,移动端占比全站达40%。

国美深耕家电零售领域29年的专业优势积淀,也为“黑色星期五”增色不少。数据显示,就销售品类分布来看,冰洗、彩电、手机、电脑是国美此次促销活动中广受消费者追捧的品类,销售额同比增幅分别达到98%、95%、130%、115%。可见,国美在大家电品类上仍然拥有不错的优势,而手机、电脑两大品类销售额同比大幅增长,也预示着3C产品的消费趋势,已逐渐从线上回归到了更具体验性的线下实体门店。

(据证券时报网)

## 轻松玩手机

## 个人怎样使用wifi才安全?

央视3·15晚会曝光了免费wifi的安全问题,并在现场给大家演示了利用伪造钓鱼wifi技术窃取了台下观众的上网内容。坦白地说,很多手机用户已习惯了“蹭网”,他们喜欢在咖啡馆、茶馆、宾馆等公众场合登录 wifi 进行各种操作,而这相当不安全!那么,怎样使用 wifi 才更安全呢?

1. 安全信息安全专家建议连接 wifi, 公共场合请尽量使用 4G、3G 或 2G 网络!

2. 在日常使用电子设备时最好关闭“wifi 自动连接”功能。因为如果这项功能打开的话,手机在进入有 wifi 网络的区域就会自动扫描并连接上不设密码的 wifi 网络,这会大大增加用户误连钓鱼 wifi 的几率。

3. 如果你一定要用公共 wifi 的话,建议你一定要细心辨别网络热点名称。攻击者喜欢利用用户免费“蹭网”习惯,设置一个与公共环境非常相近、容易迷惑人的名称。安全的方式是直接向提供服务的商家询问 wifi 信息,索要安全登录密码,并尽量不要在公共 wifi 下网购或登录网银、第三方支付平台,防止用户个人信息、重要账号、密码泄露等。

4. 第三方软件发送的免费登录账号和密码,可能存在很大的安全隐患,要尽量避免使用。

(据人民网)



3月14日上午,海南首届家电巅峰惠展上人流如梭。  
本报记者 苏晓杰 摄

## 本报牵手国美创新营销,家电展两天进账500万元

## 捷“报”频传 后“惠”有期

■ 本报记者 张靖超

逾500万元!这是3月14日、15日举办的海南首届家电巅峰惠展交出的成绩单。

“销售数据和现场情况都超出我们预想。”国美电器海南分公司总经理周志坚认为,此次家电展在营销模式上的创新,为海南家电营销提供了新的参考。



## 跨界合作谋多赢

3月14日,由国美电器和海南日报报业集团联合主办的海南首届家电巅峰惠展开展。海口市民李志强第一个到现场买家电。一圈精挑细选下来,他选购了一台美的261升冰箱、一台海尔7公斤滚筒式洗衣机和一台格力1P节能空调。

“不到5000元,就买到了心仪的家电,而且现场品牌多,选择余地也比较大。”李志强告诉记者,现场的优惠力度

大过其他门店,且官网上同步销售的商品在现场还能免费体验,购买时自然多了份踏实感。

“销售额比新开一家中小型门店的开张促销还要多。”周志坚算了笔账:两天时间里,现场销售额超过500万元。如果一张入场券有两人入场,一张券大约产生了1万元的销售额。按家电平均单价3000元算,约售出了1700件。“活动前我们预估每张票应当产生

3000元的销售额,结果大大超出了预想。”

消费者对促销活动拍手叫好,家电品牌商也乐得合不拢嘴。据了解,展会两日内,销售最火的品牌非格力莫属,仅空调的销售量就逾150台。

“原本仅抱着试试看的态度,没想到结果超出我们的预料。”格力海南地区负责人李诗源认为,这次家电展是一次口碑与营销多赢的活动,不仅提升了国美电器在海南阶段性的市场份额,对众多参展品牌来说,也在一定程度上提升了知名度。

了无较大购买意向的顾客。进场的消费者都具有较强的购买意愿和购买目的性。”美的海南地区内部人士这样认为。

周志坚表示,此次活动更加证实了国美对于目标消费群的判断,即主力消费者是有新增购买需求的人,在下次做此类营销时,会考虑加入家装品牌,让前来的消费者体验真正的“一站式”消费。

## 精准营销抢先机

“海南的家电销售市场仍有巨大潜力可挖。”周志坚告诉记者,据其在展会现场观察,来购买家电的人群,以购买成套家电的消费者居多,“此次家电展以新增购买需求的顾客为主要目标群,其次是家电需要更新换代的家庭,因此办展

的关键是要对目标消费群精准定位”。

有业内人士认为,采取销售入场券的方式,也在一定程度上提高了活动受众的精准度。

“入场券收费、较大的优惠力度使得现场的成交率高。同时也过滤

## 聚合效应聚人气

“做这样的家电展销会,我们在海南算‘第一个吃螃蟹的’。对于海南的家电销售来讲,开创了一种新的营销模式,让企业有了更多的销售模式可供选择。”周志坚如是说。

业内人士认为,与媒体合作办展销会,实现了“1加1大于2”的聚合效应,

单纯依靠其中一方做这样的活动,都难以达到此次展销活动产生的效果。

“当下,家电市场的消费环境不够活跃。对于消费者来讲,家电展增加了新的购买体验,这不同于逛门店和线上购买,而是兼具线下的体验和线上的实惠,可以说是O2O模式的一种延伸和

创新。”李诗源同时分析称,海南日报的主流媒体公信力以及旗下网站的高点击率,都让这次活动“更上一层楼”。

据悉,去年国美电器曾在西安、济南等城市做过同类的展销活动,也取得了不错的效果,“跨界合作所带来的效果有目共睹,这也会是今后营销、活动策划等方面发展的趋势。今后我们会将这种手段延用下来。”周志坚说。

今年春节有点晚,今年夏天有些早  
大热天家电“打冷战”  
冷空调吹开“大热门”

■ 本报记者 张靖超

今年的春节有点晚,今年的夏天有些早。近段时期,海南人已经感受到了一波波热浪,海南的家电商们也“看天吃饭”,展开了空调营销战。

价格战起硝烟  
品牌商蛮拼的

“品牌是靠市场份额换来的。”这句话在国内家电行业广受认可。于是,拼服务、拼赠品、拼价格进行的系列战就成了众品牌跑马圈地的主要手段。

格力空调的“万人空巷”活动刚刚结束,科龙空调就推出了“全年买空调,3月价最低”的促销活动。在海口市新华南,美都家电销售人员介绍称,从3月6日起,一个月内,在全国任意一家科龙空调筹点预交50元定金,即可获得一辆价值88元的购物推车,另外还可在活动期间内抵作100元现

金,并获得空调内机清洗卡一张。

据了解,海信空调也在海南推出了6折起销售的优惠力度。

“在海南市场,3·15是第一拨空调优惠活动的节点。”国美电器海南分公司总经理周志坚透露,截止到3月16日,国美卖场中,格力、美的和海尔的优惠活动已暂告一段落,但在接下来的两个月内,仍然会有大的优惠力度。

畅销海南靠啥  
静音速冷省电

海南潮热天气时间长,本土消费者对空调的快速制冷和省电功能颇为关注。但在如今,空调的静音功能已

成为广大消费者关注的又一热点。

记者从国美电器了解到,在近日结束的海南首届家电巅峰惠展上,格力成为空调销售的大热门。其中,冷静王系列和U雅II系列最畅销。

今年值得消费者关注的还有美的空调。美的在去年下半年推出的儿童空调,自上市之日起就常常脱销。该款空调在外观上采用卡通设计,外形小巧;在功能上,可根据儿童的睡眠特点,自动调控温度、风速和风向,自动关闭显示屏,调低蜂鸣器声音,营造出适合儿童的睡眠环境。

除此之外,美的新推出的物联网空调也是智能空调的一款杰作——可

使用手机与物联网空调建立连接,通过手机向空调发出指令。“当消费者还在回家的路上,便可用手机下达指令,让空调开启制冷,进家门便能够体验到凉爽的感觉。”美的销售人员告诉记者,这款空调采用了物联网智能技术,使空调成为网络新终端,“对于忘关空调和需要提前制冷的消费者来讲,非常实用”。

## 消费警醒

## 小家电售后囧事多

消委会建议购买前要了解售后情况

本报海口3月19日讯(见习记者王培琳 通讯员何海丹)小家电维修难!一些消费者干脆把坏掉的小家电扔进了垃圾堆。

在今年的“小家电售后服务标准化研讨会”上,中国电子商会消费电子产品调查办公室发布了《小家电售后服务现状研究报告》。报告显示,在对当前的小家电售后服务进行评价时,只有41.7%的用户表示满意,基本满意的为25.7%,而32.6%的消费者对现有的服务模式不满意。

## 案例:“沁园”饮水机,沁得人心凉

海口的周女士近日向工商部门投诉,称遭遇了小家电出问题、商家拖延维修的烦恼。

据了解,去年10月,周女士在海口市博爱南路的宏州电器花费1000多元买了一台“沁园”饮水机。可是刚用了一个月,饮水机的净化器就出现部分脱色,导致流出红色的水。周女士随即拨打了商家电话,商家让周女士找售后人员上门进行了问题登记。但是登记之后,却杳无音信了。而周女士此后再拨打电话,也是遭遇商家和维修点的相互推诿,饮水机问题至今没有得到解决。

## 消委会:买小家电前要了解售后情况

中国家用电器研究院小家电部长杜鑫分析称,这主要是因为国内小家电的准入门槛不高,本身鱼龙混杂,质量良莠不齐。

据了解,国内很多小家电厂商都没有自己的售后维修队伍。产品在保修期内出了问题,都是找第三方代理机构维修,这些代理机构为了赚取利润,难免会出现乱收费的情况。

对于小家电维修存在的问题,省消委会办公室主任陈夏宇建议消费者:

首先,消费者在购买小家电之前,不仅要弄清商品质量,也要充分了解商品的售后服务情况,以免日后出现维修麻烦。

其次,消费者购买小家电时,一定要索取销售发票、销售者的联系方式和联系地址,为日后维权留下凭证和联系方式。

再次,如果需要到维修点维修,一定要确认维修人员的身份。若维修人员要价过高,则要谨慎权衡,不要被冒牌维修者坑骗。

最后,如果遭遇售后无理由拖延维修等情况时,消费者应及时向工商部门投诉。

## 家电贴士

洗涤剂&消毒剂  
莫混合使用

一些朋友在洗涤衣物的时候,习惯加点消毒液来进行除菌,其实这样不但起不到杀菌效果,对人的健康也有危害。

消毒液属于含氯的酚类消毒剂,过量或不正确使用同样会有危险。而洗衣粉中多含有表面活性剂,如果将洗衣粉和消毒液混合使用,很容易发生化学反应,使各自的功效减弱。正常的洗涤方法应该是:在洗衣机的一桶水中加入3~5滴消毒液,或是加水配成1%~5%的消毒溶液,将衣服、被单等放入浸泡30~60分钟,然后再使用洗衣粉正常洗涤。

在洗涤大量的衣物或顽固的污渍的时候,可以事先将衣物在含有洗涤剂的水中充分浸泡,让洗涤剂对污垢进行充分的反应,从而提升衣物的洗净度,而在使用洗衣机洗涤的时候,还是要根据洗衣用水量,适量的添加洗涤剂。

(据中国国家电网)

## 他山之石

## 日本推进废弃物再利用

日本产业废弃物处理振兴中心发表的统计数据表明,2013年,日本产业废弃物中有55%得到再生利用。

在日本,废弃家用电器和汽车的循环利用率高,效果也很好。日本每年废弃的彩电、冰箱、空调、洗衣机等大型家电基本上维持在1800万台至2000万台之间。在这些废弃家电中,含有各类金属10多万吨,可以再利用。

该国的《家用电器回收利用法》规定,家电生产企业、销售商以及消费者有回收和循环利用废弃家电以及负担部分费用的义务,同时还规定生产厂商对废弃家电必须达到一定的回收率。具体为空调60%以上、电视机55%以上、冰箱50%以上、洗衣机50%以上。在规定时间内,生产企业若达不到上述标准将受到相应处罚。

目前,日本的各家电生产企业已经在该国建立了40多家废弃家电回收利用研究中心和处理工厂,负责废弃家电循环利用的研究和处理。

(据新华社电)

## 版面联系

蔡佳倩 18608978135  
张靖超 18689937782  
王艺 18608986288