

2015 潮家电系列报道之 8

美容小家电“给面子”吗？  
“家庭美容师”让你美到家，睁眼仔细选别“美”况愈下

■ 本报记者 蔡佳倩

爱美之心人皆有之。与动辄成千上万元的美容卡相比，一些美容小家电的价格也就相当于去美容院做几次脸部护理或者来一次SPA，因此，越来越多的消费者开始“自己动手”护肤美容，从电动睫毛夹、洗脸刷、蒸脸机到美颜仪……将这些“家庭美容师”一件件买回家。

用户：  
实用又方便，让你“美到家”

海口市海甸岛的小菲被朋友们公认为“美容达人”。大到各品牌的“明星”产品，小到美容工具的使用，她都能说出些道道来，比如“洗脸刷，也叫洁面仪，网上大多称为洗脸神器，韩国、日本、美国都有各自的代表品牌，我现在用的是美国的科莱丽第三代洗脸刷。”

近日，小菲热情地向记者演示了这款洗脸刷的使用方法——将洗面奶挤到刷

头上，再按下开关键，刷头就会震动起来，达到清洁面部的效果。之后，小菲还向记者展示了她今年通过海淘购入的日本日立N3000美容仪，“这款美容仪有导出、导入的功能，有助护肤品被皮肤吸收。”

“个人觉得美容小家电既实用又方便，不用总往美容院跑了，在家就能搞定一些高级别的皮肤护理，效果还不错，所以我们朋友之间也流行送美容仪。”小菲透露，前不久，一个朋友生日，她就送给对方一台松下牌的蒸脸器。

市场：  
别看体量小，专柜也不少

近日，记者走访了椰城几家大型家电卖场和综合型商场，发现这些卖场都开辟了美容小家电柜台。虽然相对于冰箱、电视机、空调等大家电来说，美容小家电无论是在体积上还是在销售区域方面，都不占优势，但美容仪、蒸脸器、电动睫毛器等琳琅满目的品种，也让人眼花

缭乱。“纳米”“离子”等宣传用语也是一个比一个“高大上”。

“只需6分钟，纳米水蒸气就可渗透到您肌肤的深处充足补水，很好地改善空调房里皮肤因干燥而引起的蜕皮等问题。”在望海商城5楼的电器区，销售人员向记者推荐了一款松下蒸脸器。该销售人员为记者算了一笔“经济账”：“到美容院定期做脸，如果只是普通的清洁护理，一张可做10次的优惠卡也得要1000元，但一台蒸脸仪也就七八百元，还能根据自己的时间灵活使用。”

电商：  
线上品种多，销的也挺火

记者随后登录电商平台发现，在线上，美容小家电不单品种繁多，销售也比线下火爆。以苏宁易购为例，在“个护健康”产品中，就有近600种美容小家电产品，包括美颜仪、脸部保养清洁、美睫器、美甲器、电动美甲器、美颜仪以及电子美容仪等。

淘宝上，点击进入“家电市场”主页后，点击“个人护理”的“洁面美容”，显示有1300款相关产品，共10.95万件“宝贝”。直接在淘宝家电搜索“洁面仪”，也有3万件宝贝，从功能上还详细分出了超声波、负离子、正离子、彩光红外线等。该平台上一款价格299元的“彩光超声波离子家用美容仪”算是低价位产品，一个月的销量显示为“1405件”。价格在500元以内的产品属于中间价位，销量也还不错。即便是一款标价为3688元的“射频时光机”，尽管价格不菲，但声称可“淡化皱纹，提拉皮肤”，一个月的销量也显示为28件。

据观察，目前，美容小家电的市场竞争主要集中在飞利浦、松下等外资品牌之间。国内一些厂家虽也陆续跟进，如超人、飞科。但与国际品牌相比，无论是在品牌影响上还是在销量上，都有一定的差距。

短评

美颜有“术”  
还需有度

■ 萧清

爱美是人之天性，大家又怎会忽略“面子工程”？美容小家电颇受爱美人士欢迎，成为家电市场新宠，自然在情理之中。

作为女性，笔者偶尔也做一次美容护理，客观讲，一些美容仪器采用震动、冷热交替等方式，确实可以起到一定的效果，比如热的蒸汽可以促进毛孔打开，使清洁更彻底，有些轻微的震动也能起到按摩作用，蛮舒服的。然而，机器这东西，即便技术再先进，也无法做到放之四海而皆准，美颜有“术”也需有度。

就使用对象而言，每个人的皮肤情况不同，有的皮肤很“扛造”，有的“皮嫩”易过敏，而美容小家电在功能上无法做到严格细分，基本属于“千人一面”式的美容解决办法，消费者在购买和使用时应根据个人特点细心把握。

依笔者之见，对于某些商家大肆宣称的“迅速”、“高效”的美容家电产品，作为消费者，还是要心里多打些问号：那么了不起，真的没有一点副作用吗？此外，产品的安全使用说明是否明确详尽？而这点尤为重要。毕竟，国内美容小家电正处在成长期，市场上的产品质量难免良莠不齐，而绝大部分产品与消费者身体部位特别是面部直接接触，如果设计上不够科学、安全上存在隐患，或者消费者使用不当，轻则没啥效果，倒还不要紧；重则让爱美容的你毁了容，那就真遭罪了。在此，笔者建议相关部门尽快出台美容小家电的国家质量标准，在监管方面将其与普通家电进行区分，保护消费者权益。

提醒

国标未出台  
要买须会挑

虽然美容小家电销售火爆，但是由于我国在美容小家电质量标准方面的工作还未正式起步，相关标准处于空白状态。这导致相关厂家在生产美容小家电类产品时只能暂时沿用周边类似产品的质量标准，部分厂家则在宣传上打擦边球，玩概念、炒噱头。

提醒消费者，由于美容小家电大多直接作用于人的皮肤上，特别是脸上，所以产品质量特别重要，建议消费者购买时多多个心眼，尽量选择实体店，这样售后服务相对有保证。如果在线上购买，也应选择可以退换货的大电商和品牌网店，千万不要贪小便宜吃大亏。

同时，一定要选择规模较大的正规企业的产品，特别是有专门售后服务机构的企业产品，减少购物的风险，保存好销售凭证，注意保修期限，认真参阅产品安全使用说明，加强维权意识。（蔡佳倩）



打价格战直降两成引暴利争议  
曲面电视有些“直不起腰”？

近日，TCL、康佳等国内家电厂商掀起曲面电视价格战，纷纷将其55英寸4K曲面电视价格降至6999元，而此举也牵出了曲面电视暴利的争议。

进入7月以来，TCL发起了曲面电视营销活动，65英寸高色域曲面电视跌破万元至9999元，原价8999元的55英寸高色域曲面电视降至6999元，直降2000元，降幅达22%。3天后，康佳也发出“康佳55英寸4K曲面电视6999元

火爆预售”的消息，康佳这款曲面电视降价前售价为9999元，本次预售活动价格降幅达30%。

一位不愿具名的彩电企业人士介绍，以6999元的价格销售，55寸曲面电视的毛利仍在30%至40%，“加上渠道30%的毛利率，降价之前这款曲面电视的毛利也有60%以上。”

据了解，由于OLED技术尚未成熟，目前市场上的曲面电视其实就是从

LED面板加热折弯而来。“面板还是一样的面板，只是做成曲面之后，售价就高了”，创维相关人士表示。

据中怡康统计，曲面电视市场份额目前主要由三星主导，占比达80%，其次是海信，市场份额占比达10.6%。中怡康对全国近9000家核心家电卖场的零售监测数据显示，5月份全国彩电产品销售额为55亿元，其中曲面电视销售额为5.4亿元，占比约为10%，但整个

5月份在全国近9000家核心卖场中，曲面电视的销售量仅为3.5万台。

目前市场上普通彩电产品毛利率约为15%至20%，群智咨询研究总监李亚琴表示，由于曲面面板良品率不高，在考虑良品率的情况下，同等规格的曲面面板成本大概比普通LED面板要高30%左右。

奥维云网(AVC)研究院院长张彦斌认为，曲面电视目前称得上是高毛利，但也属正常现象。他表示，当市场量不大之

时，新品可能包括研发投入、推广费用等。“量少的时候，毛利高才能消化前期的产品投入。因为产品质量不稳定，企业可能还需要提取部分产品维修费用。”

“曲面电视的产品毛利是普通彩电的两倍这个说法可以接受，部分高端或者超高端的产品可能会达到60%。”中怡康副总裁彭煜表示。

而三星方面对此事表示，不予以回应。（陈鹏丽/《每日经济新闻》）

美的空调“蜘蛛侠” 飞檐走壁送清凉

近日，海口一幢高层住宅大楼外，一名“蜘蛛侠”系着长长的“蜘蛛线”从天而降！这不是电影桥段，而是美的空调的“蜘蛛侠”在高空作业——为用户安装空调。

每到夏天，美的空调的安装师傅和售后人员就愈发忙碌了，天气越热越忙。随着市场定位的转变，为了更快地适应新形势，更好地服务消费者，美的不断完善售后服务系统，从2008年开始提出“全满意”的服务要求，到2011年提出服务标准化，再到2013年全流程监控，美的的服务质量逐年提高，而这也成为备战旺季的有力保障。

“不是在安装维修，就是在去安装维修的路上”

每年4月到9月，是我省“发放高温补贴”的月份，空调的销售量也迎来高峰。上个月，海口的陈先生选购了一台美的空调。因为孩子正复习准备中考，他担心家里闷热的环境令孩子不能专心复习，希望安装师傅能优先给他安装空调。

一般来说，空调的售后安装，是以下单的先后顺序来安排的，一来保证公平，二来安装师傅按排期给客户安装，也能保证自己的休息。因此，美的空调

的售后服务人员在了解到陈先生的情况后，先询问安装人员赵师傅能否加个班，赵师傅同意了。

当天，完成了上午的工作后，午饭也顾不上吃的赵师傅直接来到陈先生家。陈先生家住海口某小区18楼。进入陈先生家后，赵师傅遇到了难题：陈先生家的房间安装了防盗窗，他无法从窗户出去安装空调室外机。

经过对周边环境的一番考察，陈先生找到邻居商量，请赵师傅通过邻居的

阳台跨到陈先生房间窗外。

赵师傅表示，这样的情况，他每天都会遇到，对自己的技能有信心。但从18楼的阳台“借道”，还是让陈先生一家和邻居为他捏了一把汗。

赵师傅拴好安全带后，在众人揪心地注视下，利索地从邻居的阳台溜到了陈先生的房间窗台下。

人机到位还只是高空安装工作的开始。在太阳的炙烤下作业，才是真正的考验。赵师傅丝毫不受影响，全神贯

注地做好每一步安装工作。完成室外机安装以后，赵师傅已是满身的汗水。

整整两个小时，赵师傅顾不上喝一口水。空调一安装好，他马上向陈先生详细地说明空调使用的注意事项，还拿着说明书介绍了美的空调售后服务内容。

没等陈先生招呼他坐下来歇歇喝口水，赵师傅已揩了下额头上的汗，提起包离开了。他打趣说，这样的生活他已习以为常了，“不是在安装维修的过程中，就是在去安装维修的路上”。



其实，每年的6-8月，美的集团有很多位“赵师傅”，奔波在美的空调的安装、售后服务一线。他们马不停蹄地工作，还经常“飞檐走壁”，挑战各种高危作业环境和夏日骄阳的威力。师傅们时常会幽默地说：“要成为一名优秀的服务工程师，不仅要有娴熟的技术知识，还要练出蜘蛛侠的身手和胆识。虽然很辛苦很累，但是空调安装好后，看

着用户们安心地度过清凉的夏天，我们感到工作十分有价值。”

对于空调一类的家电企业来说，在完成销售开单后，与用户之间的良好沟通和服务才是提升品牌与产品美誉度的开始。配送、安装等家电售后服务将直接影响用户对于一个品牌的使用体验。美的空调一位安装和维修工程师都代表着服务品牌的形象，他们的辛

勤劳作和付出，为用户营造了放心、舒适的居家体验，同时也给消费者留下了敬业、细致、负责的深刻印象。

据介绍，为保障旺季高峰期的服务品质，美的空调建立了完善的服务体系，包括选购过程中的专业咨询、勘察设计、送货安装、施工质量监督保障等措施，以及后期遍布全国的1.5万个服务网点、600座大型服务中心、8万

名专业售后服务人员、1万名专业变频服务工程师和24小时全天候服务的专业团队。

据悉，美的空调在2013年投入巨大资源，进行地级市配件仓的建设，让美的空调配件仓库建到了全国170余个地级市，保证了配件供应的速度，实现了24小时完成上门服务的硬指标。（蔡佳倩 刘琳）

国内媒体 一周曝光

换了4G，流量捉襟见肘

北京的李女士3个月前换了4G，忽然感觉流量捉襟见肘。她给记者看自己的流量账单说：“我4月份换了4G手机，月底出国，5月7号才回来。从8号到31号二十几天时间，除了用完了我套餐内的700兆流量外，又加了4次每次110兆的流量包才熬到月底。最难以理解的是，有一个流量包竟然一天就用完了，而我换4G前后并没有改变使用习惯，并且因为不用坐班，大多数时间呆在家里用WiFi，不到一个月用掉1个多G。”她又给记者看手机后台，记者发现除了微信等几个必须用的APP之外，绝大部分应用的微信信号都是关闭的，也就是说，根本没有联网。有关专家认为，一方面是因为4G速度比较快，用户感觉上流量跑得多；另一方面可能是微信视频不经意间打开了，会比较费流量。（《中国消费者报》）

空调厂家设排他性条款

近日，消费者孙先生因为搬家需要移动空调原来的位置，但致电客服之后，对方告诉他，如果不是该品牌自己的售后团队移动的空调，将来空调出现质量问题，即使在保修期限内也将不再包修。据记者调查了解，至少有志高、松下等品牌空调有排他性条款。

有专业维修人员告诉记者，空调行业有“三分质量、七分安装”的说法，移动空调需要经过回收制冷剂，拆室内机、室外机，再安装等步骤，一不小心就会出错。

有律师认为，按照《部分商品修理更换退货责任规定》，如果你不让消费者选择别的拆装团队，那么拆装应该是免费的。如果拆装是收费的，就不能限制消费者的选择其他团队，否则就侵犯了消费者自主选择权。（《法治周末》）

半球等电饭锅未达标

日前，黑龙江省工商局公布该省流通领域电饭锅商品质量监测结果，7批次产品电源连接和外部软线、输入功率和电流等项目不合格，标称品牌涉及半球、三角、小霸王等。

本次监测发现的质量问题主要包括：输入功率和电流、内部布线、电源连接和外部软线项目不符合相关标准要求。这些问题，轻则影响该产品的使用性能，重则极易导致电源线发热而引起火灾或触电等安全事故，严重威胁消费者的人身及财产安全。（《中国消费者报》）

选购指南

多种功能令人眼花缭乱  
选购冰箱首看实用

选购冰箱，面对花样繁多的款式和各种让人似懂非懂的专业术语，怎么选择才好？业内人士王俊芳称，现在定频冰箱寿命是12-13年，变频冰箱的寿命则能达到15年。

冰箱是耐用消费品，她建议根据家庭成员人数、每周买菜的次数，选择容量相对较大的冰箱，以防止因人员增加导致冰箱不够用。而多门冰箱往往可以独立设置温度，像软冷冻、热物冷冻、真空保鲜等功能只能靠多出来的门实现。变温区则可以根据消费者的需要，通过设置温度，让这个区域在冷冻和冷藏之间随心转换。比如过年的时候肉制品比较多，可以设置成冷冻功能，增加冷冻容量，而夏天水果多，又可以转成冷藏功能，很实用。

另外，一些冰箱还有杀菌、干湿分储、智能WiFi控制等功能，这些功能里概念性的东西比较多，建议消费者根据自己的喜好随意选择。（卢伟丽）



版面联系

毕 军 13178900085  
张靖超 18689937782  
王 艺 18608986288