

# 格力亮出杀手锏:大一匹 1598 元 空调价格大战再掀狂飙

本报记者 古城

家电卖场在经历春节短暂的休整后,已渐渐开始摩拳擦掌准备新一轮的促销大战,“万人空巷抢格力”、“海信空调变频风暴”、“时令电器第四届空调节”等各品牌和卖场在3月都不约而同地举办促销活动来吸引消费者,然而17日格力的一则广告,一石激起千层浪:以前成交价2000余元的大一匹空调,仅售1599元,将空调价格大战推向高潮。

斯、TCL、春兰、海信、长虹、格兰仕、科龙、志高等品牌都推出了“空调抢购节”等类似活动,相对于格力大一匹分体机1598元、大3匹变频柜机5999元的价格,美的空调推出的大一匹分体机1549元显然毫无吸引力和震撼力。然而据消息称,美的也许最终会将价格再降,以此来还击格力。

## 卖场掀起抢购潮

一向高高在上的格力空调卖出了“白菜价”,有没有人不买账,肯定没有。近几日本,销售卖场最火爆的展柜就属空调区域了。

在文化北路的格力专卖店,销售员正在向顾客介绍:“本次格力推出了多款节能和智能程度相当高的机型,搭载全球领先的‘格力1赫兹变频技术’,最低功率只需25W,当空调恒温运行时,每小时仅消耗0.025度电。智能感温技术使空调可以智能感应到室内的温度,快速准确地适应环境负荷的变化,将室温维持在恒温状态。”很明显,高端机将“搭载”特价机乘势销售。

一对正在选购空调的年轻夫妇告诉记者,虽然新房还没有完工,但听说空调价格降得很低,准备提前订购。“反正也可以放在商家的仓库里,先占个价格优势。”而持这样心理的消费者不在少数,格力祭出的价格大旗真的起到了很好的效果。



3月18日,在家电大世界格力专卖店内已有不少市民提前到店挑选心仪机型。 本报记者 古城 摄

## 家电价格将下行

格力的降价行为引来连锁反应,空调行业应声而降。对于此次空调大面积降价促销,业内人士分析,降价因素很多,首先可能和空调制造成本的下降有关。其次与销售淡季空调生产厂家库存压力较大,也有一定关系。所以各大品牌商家开始尝试一些新的营销模式,进行反季促销来吸引消费者。

可以肯定的是,在经济增速放缓的情况下,家电企业的日子

同样不好过,销售难、利润低、库存大成为大部门企业的通病,尤其是缺乏自主创新和核心技术的企业,销售形势更是江河日下。

在此情况下,降价促销将成为企业拉高销售业绩的救命稻草,无论是空调,抑或是彩电、冰洗行业,中低端产品都将会进入一个降价促销的态势,消费者将真正捡到便宜。

## 市场调查

# 松下等名牌洗衣机被曝洗不净衣服

日前,中消协联合山东消协公布了洗衣机的比较试验结果,近六成波轮式洗衣机以及多款滚筒式洗衣机样品的洗净效果不理想,其中包括松下、小天鹅、TCL、海尔等知名品牌的样品。另有一些样品的噪声、脱水性能、振动等指标不符合国家相关标准要求。

据消协相关负责人介绍,检测显示,55款洗衣机在耗电量、用水量方面,均符合其能效标识上明示值。在洗净方面,这些洗衣机样品却存在问题。试验结果显示,滚筒式比波轮式的洗净效果要好,而滚筒洗衣机也有多款洗净效果不好。

漂洗方面,也有一些样品不尽如人意,有的样品甚至达不到国家标准

要求。据消协介绍,漂洗率是洗衣机去除洗涤剂的能力,决定了洗涤剂在洗涤物上的残留程度,是洗衣机性能的重要项目。消协人员表示,洗衣机的漂洗能力是消费者最容易忽视的地方,漂洗效果与洗涤剂用量、漂洗次数、漂洗水量和脱水转速等诸多因素有关。

除了这两项指标,在噪声、脱水、振动等方面,一些样品甚至达不到国家相关标准要求。

消协提醒消费者,波轮式和滚筒式各有优缺点,消费者可以根据自己的需求购买。在购买时,还应关注其能效标识标志,1级为最节能,各项指标也相对较高。

(据《京华日报》)



2015 三洋及荣事达冰箱新品发布会日前在我市召开,本次发布会荣事达洗衣机推出的变频三动力、多重洗涤、空气洗、二步净等技术使洗衣更高效更节能,冰箱方面的三温保鲜、多温区设计、电脑温控可以从根本上解决食物腐败,保鲜更高效。 本报记者 古城 摄

## 你说我谈

# 今年会是空调“大年”吗

空调销售与天气情况密切相关。夏季炎热,空调销量就会大增;夏季凉爽,空调销量则会随之下降。因此,空调业也被称为“靠天吃饭”的行业。

3月12日,美国国家海洋与大气管理局的科学家正式宣布,厄尔尼诺事件再次发生,2015年可能成为有气候记录以来最炎热的一年。这对空调行业来说,也许是个不错的消息。

厄尔尼诺事件是个复杂的大气海洋异常现象。简单地说,是指南太平洋东部海水温度持续数月高于平均值。厄尔尼诺事件发生时,全球范围内容易出现高温、干旱和洪涝等灾害性天气。

面对厄尔尼诺事件,有人预测空调行业今年将迎来旺销的“大年”。事实上,过去也确曾多次出现过类似情况。据载,2013年6-7月,华东等地持续高温,导致一些厂商的空调卖断货;2004年,广州地区异常炎热,空调日销量比平时增长了5倍。

当然,天气预报历来都是一件非常困难的事,预测中的高温能否如期到来还有待时间的检验。但对空调经销商来说,多收集气象资料,或者定制气象情报,提前做好宣传、销售、安装的准备,肯定不会是一件坏事。

(曹蕊)

扫描微信平台“淘宝”家电建材



家电家居微信平台



家电家居微信群

家电家居投诉热线 13503777100

您是假冒伪劣家电或建材家居产品的受害者吗?您在购买家电或建材家居产品时受到欺诈了吗?请拨打我们的家电家居投诉热线。

# 国外马桶盖比国产好? 信息不对称惹的祸

## 日本马桶盖“水土不服”问题不少

中国消费者从日本购买的马桶盖“问题不少”。目前,已有部分消费者反映从日本带回来的马桶盖用了没多久就出现出水不畅的问题,经检测是水垢把出水孔堵住了。

据了解,日本智能马桶盖的“温水清洗”功能需要储水罐实时加热保持恒温。由于日本的水质较软,在加热、冷却的过程中不会出现太多水垢;而中国很多地区水质偏硬,容易产生水垢堵住出水孔。因此,在一些水质较硬的地区,这种马桶盖使用五六个月就可能被堵住出水孔造成故障。

日本马桶盖在中国“水土不服”还体现在诸多方面。譬如日本马桶盖储热式水箱不仅容易出现水孔被堵的问题,还会因为水质不好容易滋生细菌;日本的电压是110V,带回国内使用需要加装电源适配器;从日本带回来的马桶盖,需要自己安装,售后和维修非常麻烦。

箭牌卫浴智能盖板研发中心总监薛永华则指出了一个问题。日本的卫生间和洗浴间严格分离,因此不会考虑产品防潮和因此带来的安全问题。进入中国后,浴室和卫生间相连的环境下水汽很容易破坏智能马桶电子线路板。

## 消费者“崇洋媚外”还是信息不对称?

诸多“水土不服”的隐患之下,为什么那么多中国消费者赴日本购买马桶盖?3·15晚会主持人认为,这是中国消费者一直以来“洋品牌比国产品牌好”的消费观念作祟。

厦门艾拓瑞环保科技有限公司董事长丁建文在接受媒体采访时表示:“公司生产的智能马桶盖,远销俄罗斯、欧洲等地,但在国内销量并不好。目前,厦门生产的智能马桶盖90%以上都出口了,在国内市场很难推广。”

东鹏控股总裁蔡朝阳则认为,中国消费者去日本买马桶盖很大原因在于信息不对称。10年前,国产马桶盖制造技术以及质量控制的确有欠缺,导致以前使用马桶盖的消费者对国产品牌有心理障碍。近十年来国产智能盖板生产技术及产品质量已足以与日本比肩甚至超越,但消费者信息还处于滞后状态,还是倾向于在日本买。

## 国产马桶盖质量不比日本差

九牧副总裁张彬表示,“我们九牧的智能马桶产品一点也不差,性价比超高,完胜日货。”并在微信朋友圈召集九牧卫浴的智能马桶盖产品试用对象,并对新浪家居等媒体开放工厂参观,不少现场参观调研的媒体表示,国



产智能马桶产品的确已经走在前端。

恒洁卫浴办公室主任梁健生从年前的日本智能马桶考察之旅得出结论,从功能来看,日本智能马桶目前主要是以简单的加热和清洗功能为主的第二代智能产品,而中国的智能马桶如恒洁等大品牌的技术已经进入第四代,普遍采用即热式活水加热,除加热和清洗外,还拥有智能落座感应、暖风干燥、

杀菌、智能遥控、夜灯、坐便圈智能加热等很多融合现代智能科技的多种功能。

北京建筑材料科学研究总院院长助理、中国建筑卫生陶瓷协会副秘书长王巍在接受媒体采访时表示,智能型马桶盖的技术不成问题,中国企业早在十几年前就已生产此类产品。目前中国卫浴产品的生产和消费量都是世界最大的,质量并不比国外差。

即使是所谓的官网、旗舰店,也“相当不保险”;线上次品率远高于实体店;安全性指标频繁被曝出超标……在网购规模不断扩大的背后,种种质量和假货问题使网店不断处于社会舆论的风口浪尖,一些电商平台甚至被称为“次品集散地”和“假货避风港”。网店良莠不齐,公众爱恨交加。人们在问:屡禁不绝的网店痼疾是否真的无药可救?

## 知名电商几乎无一幸免

11日,上海市工商局对知名电商平台246个批次服装、服装、小家电的抽检结果显示,94个批次不合格,不合格率为38.2%。其中,天猫、1号店、京东、国美、苏宁等知名电商几乎无一幸免,均有多个产品出现在不合格“榜单”上。

记者整理不合格名单发现,网购商品的不合格率均高于实体店,几乎成为次品的集散地。上海市工商局相关负责人介绍,对小家电的市场抽检中,不合格率超三成,其中抽检国美在线小家电不合格率最高,抽查10个批次8个批次不合格。“网购不合格率明显高于实体店,广告宣传不符的现象也屡有出现。”

即使商品的官网也并非质量合格的“保险库”。此次抽检发

现,在官网32个批次服装抽检中,有4家7个批次不合格,不合格率为21.9%,与去年的8.8%相比明显飙升。例如,一款在官网售卖的H&M羽绒服,充绒量明显不合格。

值得注意的是,在不合格商品中,也不乏电商平台自营和品牌旗舰店商品。此次抽检包类旗舰店41批次,27个批次不合格。上海市工商局相关负责人介绍,抽检发现,京东、苏宁易购、东方CJ等销售的标称自营商品的不合格率就不低。

## 假、次乱象谁之过?

此次抽检暴露出网购商品质量问题的冰山一角。近年来全国网购商品质量投诉数量不断上升,2014年上海市12315平台受理的网络销售类投诉达3.8万件,四川2014年网购投诉量同比增长304%,深圳网购投诉同比增长108.5%……

假、次产品如今已成为网购产品质量投诉最为集中的问题,与



此同时,各种欺诈手法隐身其中,使消费者很“受伤”。一位家电业人士介绍,有些网购产品看起来品牌、价格和实体店没有区别,

但在一些关键部件上“偷工减料”,例如底座从钢化玻璃换成塑料的,或边框变窄等,以此节约成本。

高发的现象,我国网购市场就难以成熟。

目前,对于平台究竟对制假售假、质量问题需要承担多少连带责任,法律上判定比较慎重。浙江金道律师事务所张延来认为,电商平台面对的是数以亿计的商品,因此想要判定真假、质量,信息量巨大。

专家认为,网购售假如同闯红灯,必须出台严厉的法律规范,否则光靠电商平台的抽查,很难实现。需要明确出现质量问题时,电商、供应商、物流提供方分别负哪些责任。

此外有专家表示,线上商家品控能力不如实体店,不排除一些电商平台有故意“放水”嫌疑,尤其是对一些授权比较困难的奢侈品牌,往往“睁一只眼闭一只眼”,放松对供货商的审核。

同时,行业经验偏少也是电商平台普遍面临的问题。“电商备货品类巨大,而不少电商企业又非常年轻,经验、渠道与传统零售巨头相比不够完善,这也是导致质量问题频现的一个主要原因。”中国电子商务研究中心主任曹磊说。

## 无严规则无未来

专家认为,无论网购规模如何增长,如果不解决假货、次品率

2014年12月,国家质检总局印发《电子商务产品质量提升行动方案》,表示将出台一批电子商务相关标准和规范性文件,力争到2016年年底,使电子商务产品质量国家监督检查合格率提高10个百分点,其中产品质量追溯成为手段之一。

上海泛洋律师事务所高级合伙人刘春泉建议,一方面电商平台企业可以以组织机构代码和商品条码为基础,建立完备的产品质量追溯制度,以便于进行源头追查,实现属地查处。另一方面,对于电商不诚信、或售次品等问题,可以建立和完善征信制度,将不良记录计入征信系统。

(据新华网)