

· 鉴赏室 ·

创维GLED Air电视



继创维GLED Air G9200系列产品在深圳亮相之后,近日,创维再为GLED Air在北京举办首销暨发布会。今年8月,创维GLED G8200系列在京发布,在见证中国芯强大性能的同时,也引领LED产品抵达了新的高峰。如今,创维再添GLED品类新成员——G9200,无论是配置、造型还是功能等都在G8200的基础上更进一步。

点评:创维G9200采用韩国原装进口的LG Display 4色4K Air屏体,该屏体延续了4色4K+的技术亮点,但更为轻薄。在整机外形上,它采用模组一体化的设计,在提升电视画面亮度的同时又将背光模组与液晶玻璃进行紧密的贴合,使得屏体厚度降低到惊人的7.5mm。据了解,这也是目前世界上最薄的LED电视。

康佳易TV·Slim 2



近日,康佳推出年度压轴新品SLED二代超薄轻电视,涵盖康佳易TV·Slim 2和康佳4K OLED电视。凭借超薄轻工艺打造的纤薄机身和超炫彩画质,再次成为彩电行业年度之星。此外,当前国内市面上的OLED电视均是2K OLED电视,康佳4K OLED有机电视的发布标志着康佳不仅掌握了最新的OLED显示技术,更掌握了下一代前沿的OLED显示技术。

点评:该款产品不仅突破超薄极限,将机身厚度从12.8mm瘦身到仅为7.5mm,更一举打破传统液晶电视机身重的难关,相较于普通液晶电视,重量减少20%以上。今年8月18日,康佳全球首发SLED一代电视易TV·Slim,第一次将电视的厚度做到了“毫米”量级。时隔不到4个月,SLED二代超薄轻电视易TV·Slim 2耀世发布。

万和燃气热水器



万和JSQ20-12E-1燃气热水器采用灰色外观设计,凸显精致时尚的气息。采用一级能效,使用更节能,具备超大冷凝式换热器,换热面积大,热量吸收更充分。风机安置在下方,既能抽废气也能帮助火排增氧,燃烧的效率更高。高效无氧铜水箱使用健康更环保。使用第二代智能恒温技术,精准到±0.5℃,极速恒温,畅享更舒适的沐浴体验。

点评:万和JSQ20-12E-1燃气热水器采用智慧冷凝式设计,热效率更高,洗浴更给力。四节能,智能分段技术,通过指令智能分段阀自动调节燃烧所需的火排数,四季都能够畅享舒适的沐浴。另外一体式拉伸工艺的面板设计,坚固耐用,易清洁,防指纹拉丝镀银外壳,更显高档。

多地爆发质量问题 企业无联保售后

半球小家电深陷管理危机



近日,天津、福建两地工商部门几乎同时披露了半球品牌电热水壶的质量问题,引发了业内对半球小家电产品的质量担忧。而北京商报记者在此过程中发现,半球集团官网客服人员关于“半球没有全国联保售后”的回复,则进一步折射出半球小家电的市场管理乱象。

天津福建 同现质量问题

日前,天津市滨海新区工商局在流通领域对声称广东、山东等7个省、直辖市的37家企业生产的40个批次小家电开展抽检,其中标称商标为半球、更星、彩梅三批次产品存在质量问题。

报告显示,标称生产企业为“广东半球实业集团公司(授权监制)临沂高新区欧泰电器厂荣誉出品”,型号为“OT-A15-20L”,生产日期为“2014年4月21日”的半球电热水器问题最为突出,共计有“对触及带电部件的防护、输入功率和电流、工作温度下的泄漏电流和电气强度、耐潮湿、泄漏电流和电气强度、电气间隙、爬电距离和固体绝缘”七个项目被检出质量不合格。

几乎同一时间,福建省工商局在2014年流通环节家用电器商品质量抽查检验中,半球电热水壶同样登上质量黑榜,型号为QG-A3的半球电热水壶被检测存在质量问题。

滨海新区工商局和福建省工商局均表示,已经责令受检经销商停止销售,并依法进行处理。对于

问题产品处理进度和方式,北京商报记者试图联系半球集团了解具体情况,不过半球集团官网上所留的礼品团购、招商热线、厨卫电器招商热线电话均无法拨通,全国热线也无人接听。

而京东商城显示为半球电器旗舰店的阳江市全球贸易有限公司,相关工作人员则表示,公司为半球集团旗下子公司,产品都是厂家直销,如果产品出现质量问题可以进行退换货处理,不过涉及工商局披露的问题产品,则没有直接回复。

半球并无 全国联保售后

对于半球电热水壶多地质量问题爆发的原因,福建省工商部门认为原因有以下几方面。首先,小家电产品往往生产单位只重视性能设计而忽略了安全设计或对安全设计考虑不足;其次,生产单位为了降低成本,未采用符合标准的电线以及元器件;另外,企业对相关国家标准要求不熟悉或对标志说明不重视。

中国家电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌认为,电热水壶产品技术

含量低,行业门槛较低,多地出现质量问题可能在于半球集团的质量监管体系缺失导致。同时,这也是国内小家电行业的通病,行业门槛低催生大量小企业和小作坊,这些企业往往缺乏有效的管理机制,从而导致产品质量参差不齐。

相比产品出现的质量问题,用户往往更加关注的是维修办法,这也正是家电产品售后服务的重要性所在。但相比其他家电企业不断加大售后服务投入举措,半球集团的做法却令人费解。北京商报记者登录半球集团官网发现,其售后服务一栏中没有任何售后服务的电话,用户只能通过留言的方式提交问题。半球集团官方网站客服人员则表示:“半球的售后都是谁卖谁负责维修的,半球并无全国联保售后。”

在业内专家看来,家电企业将产品售后进行外包或者交由经销商负责并不奇怪,但是对于半球集团这样的处理方式却并不认可,当产品涉及问题产品时,企业应该做的是了解详情,进行整改升级,而仅一句“谁卖谁负责”,显然是企业不负责

任的表现。

未来恐遭遇 更大危机

资料显示,半球集团以生产小家电产品为主,早在上世纪70年代就开始研制电饭锅,到了90年代,一度发展成为中国家电品牌的领头羊,有着“北有海尔、南有半球”的美誉。然而经过近30年的发展,半球品牌却不断衰退,如今一二级市场已经难觅其踪影。

谈及半球品牌的没落,洪仕斌认为,主要是因为半球没能适应中国家电市场由卖方市场向买方市场的转型。家电行业发展初期属于卖方市场,家电生产企业只要能够生产产品便能够掌握市场。然而随着行业发展成熟,买方逐渐主导整个家电市场,消费者不再盲目地抢购家电,更多的是家电企业通过渠道的建设和市场培育来取得消费者的认可,正是这一转变,让美的、格兰仕等企业迅速崛起,而半球则逐渐走向没落。

洪仕斌表示,以目前半球集团对企业品牌维护和产品售后服务放任不管的态度,半球品牌在未来的竞争中将会遭遇更大的危机。随着三四级市场的重要性日益凸显,格兰仕、美的等涉及小家电产品的家电巨头渠道正不断下沉,加之线上渠道快速扩张,知名家电品牌将进一步蚕食边缘化品牌的市场份额,而缺少品牌、缺少服务的企业恐难逃被淘汰命运。

北京商报记者 陈维

冰柜市场进入残酷价格战阶段

2014年,中国家电市场受累于政策退出及房地产业低迷影响,整体规模出现回落。虽然冰柜在大家电中比重较小,但也深受大环境影响,发展同样遭遇阻力,即使在传统的“五一”、“十一”促销期,销售也未达到预期。奥维咨询(AVC)数据显示,前三季度,冷柜市场累计零售551.7万台,同比下降0.4%,零售额达91.2亿元,同比下降3.8%,均价为1653元,同比下降3.5%。

细分来看,小富豪产品主要容积段稳定在90-110L,零售量占比达44.4%;110-130L、130-

150L、180L以上容积段零售量占比有一定增长;150-180L产品占比降至7.4%。与去年同期相比,小富豪产品价格向1300元以下转移,零售量占比达64.9%。作为冰柜产品中份额最大的小富豪产品,热销产品容量在100L和150L的竞争尤为激烈,出现多品牌抢占市场份额的局面。

大富豪产品各容积段分布相对稳定,容积段并未有较大变动,主要容积集中在280-340L及450-550L,零售量占比分别达22.6%、21.9%。从价格段看,2000元以上零售量占比达75.6%,其中,2000-

3000元段产品的零售量占比达49.2%。从产品布局看,大富豪市场热销产品并未出现在某一容积段混战的情况,多数企业在主流容积段都有布局。

大冷冻小冷藏产品的价格下移明显,其中1600元以下产品零售量占比突破80%,热销产品集中在170L左右。变温柜190-210L产品零售量占比下降,280L以上产品零售量占比上升,200L左右和260L左右为变温柜热销容积段。双温柜容积主要集中在210-230L和250-280L,2014年以来,小容积双温柜产品进一步向

210-230L集中。

奥维咨询白电部门分析师俞睿表示,随着人们对食物存储需求的多元化,冰柜作为冰箱的补充产品,承担起这些细分市场的需求。越来越多的传统白电企业甚至是白电“新手”企业参与到冰柜市场中来,这一市场势必将由不充分竞争变为企业角逐的战场。奥维咨询(AVC)预计,冰柜市场在2015年竞争会愈加激烈,整体市场将实现规模微增,零售量达695万台,同比微增2.6%,零售额达116亿元,同比增长3.7%。

北京商报综合报道