

小到加湿器、豆浆机,大到空调、冰箱,消费者先到卖场砍价,再发起团购,可省几十元到几百元—— 团购家电成消费时尚



□本刊记者 景庆霞

团购家电悄然兴起

经过近两个月的忙碌,王先生在新区某小区的新家已装修一新,但是各类家电还没着落。临近年关,王先生的工作特别忙,加班加点是常有的事,他根本无暇去各大卖场比较、砍价。正在一筹莫展之际,同住一小区的李女士在小区业主QQ群上提议团购家电。李女士

的空闲时间比较多,经常到各大家电卖场转悠,再加上在网上搜罗到的信息,她对各类家电的价格、性能可谓了如指掌,对要购买的家电已经心中有数,接下来就是价格问题了。经过细心观察,李女士发现,团购家电省钱实惠,像空调等一些大家电,团购下来一台可以便宜一二百元。于是,她就在小区的业主QQ群上发起团购征集令,没承想,仅在某知名品牌的空调团购上,一下子就有12位业主报名了。

和王先生、李女士不同,在某事业单位上班的赵小姐早就享受到了团购家电给自己带来的乐趣。在赵小姐工作的大厅里,几乎每张桌子上都摆放着一个非常可爱的加湿器,而且这些加湿器虽然造型迥异,但却是同一品牌、同一型号的。据赵小姐介绍,这些加湿器都是她们在上海市场某家电卖场团购来的,“团购价比正常价少了好几十块钱呢!”赵小姐高兴地说。除了加湿器,赵小姐还经常和同事们团

购豆浆机、吸尘器及小型饮水机等一些小家电。

团购 买卖两相宜

说到团购,许多消费者脑海中闪现的第一个词就是“省钱”。的确,根据薄利多销、量大价优的原理,商家可以给出低于零售价格的团购折扣,这也是许多消费者参加团购的初衷。据记者了解,一般大家电可在砍价后的基础上,再优惠200元左右。也有一部分消费者如王先生那样,平常工作繁忙,没时间逛家电卖场,他们相信群众的眼光,认为大部分人看上的产品肯定没错,再说人多力量大,价格上也优惠,因此非常热衷参加团购。

所有参加团购的人都购买同一品牌同一型号的产品,这是目前最主要的也是最传统的团购方式。对于许多刚装修过新家的消费者来说,业主QQ群是大家联系的主要方式,许多业主通过业主QQ群在装修时团购到了满意的建材、家具。现在又通过业主QQ群开始团购家电,由于都是同住一个小区甚至有的是在同一个单位上班,彼此比较熟悉、信任对方;还有一部分消费者如赵小姐,则是集结同事一起团购家电,一般来说,这部分消费者以团购小家电为主;另一部分消费者则是通过同城网络,在网

上发帖团购。

团购家电让大家省钱、省心,因此越来越受到消费者的欢迎,也受到了家电卖场的欢迎。许多家电卖场针对这种团购方式,特别开通有团购绿色通道,并给予一系列优惠。如八方电器会给予团购的消费者一定折扣,如3人团购可享受九八折,5人可享受九六折,10人可享受九三折等;而永乐电器、苏宁电器和容威家电也为团购顾客开启贵宾专享绿色通道,并提供开票、收银、配送等一站式服务。

除了传统的团购模式外,还有一些卖场将单个消费者消费达到一定金额的也视为一种团购模式,并给出一定的优惠,如消费满1万元,5万元可获得相应的优惠或赠品。目前,这种又称为“满就送”的团购举措颇得家电卖场和消费者的欢迎。

作为一种新兴的消费方式,消费者团购家电在博取价格优惠的同时,也要全面考虑,交易时要格外小心谨慎。有业内人士提出以下建议:首先要对团购产品的价格进行摸底,一定要把价格砍到最低点,再进行团购;其次要注意团购组织者的信誉度,特别是参加网上团购的消费者,要了解发起人的身份,因为类似于“打款后,发起人携款潜逃”的事情也时有发生,所以交钱时一定要选择一个比较公平合理的方式;除此之外,参加团购时,还要注意选择信誉好、经营情况良好的商家,要了解家电卖场的售后服务内容,并记得索要相关票据、质保书等。

0.25度节能冠军——容声冰箱系列之二

树立全球标杆 容声冰箱掌控“话语权”



在金融危机的大背景下,海信科龙出口业务连续呈现快速增长的态势。来自海关的最新统计数据 displays,2009年1月~7月,我国冰箱出口总量同比下滑10.26%,总体形势不容乐观,而容声(海信)冰箱

出口却实现了17.28%的增长,出口量达到144.4万台,稳居行业第一位。

在技术研发领域,容声一直走在行业前列,并引导着我国冰箱业技术水平的不断升级。25年前,容声成功研制我国第一台家用双门双温区冰箱;2001年,容声冰箱推出日耗电仅0.48度的超级节能冰箱,创造了行业最低耗电量纪录;2003年,容声以0.42度的最低单台日耗电量,独家中标由联合国GEF和国家环保总局共同设立的“联合国节能明星冰

箱大奖”;此后经过持续的技术创新,节能水平不断获得新的突破,容声陆续推出第二代、第三代、第四代“节能明星”系列冰箱新品,耗电量也从0.42度下降到0.35度、0.33度、0.28度,一直保持着全球冰箱节能水平的技术领先地位。

2009年4月,容声冰箱宣布最新研制成功日耗电量仅0.25度的第五代节能明星冰箱。这款产品在美国联合国节能明星大奖获奖冰箱的基础上,在节能技术上实现了进一步突破,日耗电量仅0.25

度,是目前国内外市场上所能买到的日耗电量最低的双门双温区冰箱,是名副其实的“节能冠军”。容声冰箱被中国企业评价协会授予“节能标杆产品”称号,其节能水平已达到世界级水准。目前,在容声六大系列近百款冰箱产品中,一级、二级能效冰箱占比已达93%,2010年,容声冰箱将100%达到二级以上能效,成为我国第一个全线产品达到节能级别的冰箱品牌。

(李林)

技术主宰市场

海信平板电视跻身全球五强 稳居中国市场榜首

美国西部时间1月8日下午,国际消费电子展(CES)的重头戏之一——“全球电视品牌20强”榜单在拉斯维加斯著名的威尼斯人酒店揭晓,海信平板电视凭借扎实的技术和一流的产品以及全球近百个国家和地区消费者的良好口碑,荣膺全球电视五强,且稳居中国市场榜首。

该榜单由最初的权威第三方数据收集,到包括CEA(全球消费电子协会)高层等在内的多方国际专家评委共同推荐产生,其权威性和公正性为业内所公认。本次榜单的最大亮点是中国品牌首次进入世界前五强。评委们认为,如今,中国的国力和商业信誉已经有着了一定的基础,技术和

品质成了中国品牌提升国际知名度和美誉度的首要因素。

而在榜单揭晓的几乎同一时刻,在CES每年一度的高峰论坛上,海信集团董事长周厚健正在发表他的主题演讲——《新兴市场技术与产品》。其核心主题为“中国制造”到“中国创造”,受到现场全球消费电子行业精英的高度关注。周厚健也成为CES展自1967年创办以来首位发表主题演讲的中国企业家。

作为中国电子信息行业的翘楚,海信素以“技术、稳健”著称。近年来,海信更是凭借技术上的不断突破,从中国第一块具有自主知识产权的音视频处理芯片,到国内彩电业第一条液晶模

组生产线,再到平板电视产业链的整合;从率先研发,到全球领先、中国独家批量生产世界最薄LED液晶电视,再到全球先进的变频家电技术的研发与应用……始终坚持以多媒体、家电产业为龙头,海信实现了持续快速发展。

据中怡康数据统计,2009年第四季度,海信电视在中国的市场份额已达18%,遥遥领先于其他国内外竞争品牌,2010年1月继续保持增长态势,这标志着海信平板电视已经第7个年头稳居中国市场份额第一的位置。同时,2009年度,海信电视在海外也保持着强劲的增长势头,在澳洲已经挺进前三强,海信牌电视

畅销全球82个国家和地区,其知名度和美誉度位居全球电视行业前列。

海信的成功,不仅反映在市场一线的销售数据和广大消费者的交口称赞上,而且已经获得了全球行业协会的广泛认可,海信的多位技术带头人已经成为这些协会的顶级专家。“一流的企业做标准”正被“海信人”所践行。

前不久,国际电工委员会平板显示技术委员会2009年年会决定,由海信牵头起草LED背光分规范标准,该系列标准由中国企业负责制定,尚属首次,这对于提高国产液晶显示产业的国际竞争力,有着重要意义。(海丰)

TCL互联网液晶电视

春节大直购 全线有惊喜

日前,随着春节的临近,为满足众多消费者“买电视看春晚”的需求,TCL特于1月15日~17日,发起互联网电视“春节大直购,全线有惊喜”系列优惠活动。此次,TCL将凭空前的优惠力度,让节前彩电促销大战全面升级为互联网电视的普及风暴。

TCL此次互联网电视年终直购节,全线产品一律执行一步到位的优惠价。互联网电视最高优惠4000元,全球首发最大的65型互联网电视,直降20000元;42型蓝光互联网电视特价5999元,40型全高清电视特价3999元,26型电视1999元起。顾客可电话预订,也可现场选购自己称心如意的互联网电视。

春节临近,此时消费者很容易产生购物冲动。在电视机的选择上,专家建议,消费者还需时刻保持理性的消费心态,实用性比产品概念更重要。TCL互联网电视通过领先的技术优势,自动升级内部芯片,实现了影视下载、在线观看、远程教育、在线卡拉OK、体感健身游戏等诸多功能的完美融合,因此被称为彩电中的“航空母舰”。春节购机,TCL互联网电视将成为消费者一个不错的选择。

家电商场负责人表示,此次TCL的促销非常火爆,除了让利空间大、产品选择多之外,互联网电视给用户带来的全新体验,是吸引消费者的最重要的原因。据TCL市场人员介绍,为了满足不同消费需求,此次活动,TCL的五大系列互联网电视全线产品均特惠出击,规格齐全,涵盖从65型到26型的几乎全部机型;其中,新近上市的65型全球最大的互联网电视,比较适合大客厅或是商用场合;而32型、26型等中小尺寸的互联网电视则是卧室的最佳装备。

想参与TCL大直购的消费者,可到全市各大家电卖场TCL专柜现场报名参加。电话:63901688 (王闻)