

家电监督热线
67655517

每周

家电周周3·15在行动 购家电遇见烦心事 我们为您来帮办

家电动态

家电产品一直是广大消费者购买过程中最为慎重的消费品之一。然而事实却是，不论消费者是在购买过程还是在本该享有的售后服务过程中，往往会遇到很多的问题，而一些黑心商家厂家也存在侵害消费者合法权益的行为。在面对这些问题的时候，我们的消费者通常处在一个非常弱势的地位。如何

维护自己的权益？向谁申诉？谁又来解决？这一系列的问题，经常搞得广大消费者头晕。

在“3·15”到来之际，《第一家电》正式推出家电消费维权栏目，广大读者在家电购买过程中以及售后服务中，遇到的您认为不合理的、侵害到您权力的事件，可以向我们申诉，我们将尽最大努力

联系各方为您解决问题。同时如果您在家电消费中有成功的维权案例，也希望能在本栏目与大家分享，大家一起来创建让大家更安心、放心的消费环境。我们真心希望这样的行动能为您带来真正意义上的权益利益，以便您在今后的消费中更好地行使属于自己的合法权益。我们期待您的参与！

大屏更娱乐

长虹A7000人气爆棚

本周末长虹新智能语音电视大普惠 最高直降3000元

送大礼咯！送大礼咯！从即日起开始到3月17日，长虹将再为消费者送上一份大礼，发起“长虹新智能语音电视大普惠”活动，其中活动一公布，长虹A7000系列再次成为了长虹智能电视当中最受关注的产品。

长虹A7000系列达到七星级标准

长虹A7000系列智能电视的外观设计采用黑色机身搭配银色包边，给人一种简约大气的感觉。底座设计非常时尚，同时也兼顾了稳定性。

长虹A7000系列智能电视拥有CiRi语音系统，操作非常简单，只需开口与电视机进行对话就可以完成部分任务的操作。不仅如此长虹A7000系列智能电视还内置WiFi（编者按：42英寸以上），可以通过无线上网，浏览海量网络内容。长虹A7000系列搭载了最新的“Cworld视界语音浏览器”，用户在浏览各类新闻网站的时候，用户可以直接命令电视“新闻阅读”、“自动翻页”、“退出浏览器”等操作，声闻并茂的获取各类新闻资讯。当你想要购买商品的时候，只需要告诉电视你想在什么地方买什么东西，它就可以帮你直接跳转到相应页面，供你参考，如“京东搜索长虹电视”，它便会很快打开京东，将长虹电视价格呈现给用户，相当方便、快捷。长虹A7000系列智能电视也因此达到了行业最高的七星级标准。

长虹发起智能电视普及风暴

在娱乐功能方面，长虹A7000系列智能电视拥有海量影音库，在线播放，不断更新。实现多屏互动功能，无线连接更方便，还有智能2D转3D，让用户体验身临其境的3D效果。另外，长虹A7000系列智能电视还采用了尖端动态节能技术，符合国家一级能效标准。主频效能3.6G双核芯片，性能强大。

在接口方面，长虹A7000系列智能电视拥有常用的HDMI接口、USB接口等，并且这些接口的布局都在机身的侧面，方便用户操作。

万维家电网编辑点评：A7000系列智能电视作为长虹主推的一款智能电视，其拥有CiRi语音技术大幅提升了产品的娱乐性，颠覆了电视行业的新理念，实现了人机交互的重大突破。并且长虹A7000系列智能电视也可以下载QQ，手势识别，多屏互动，支持鼠标操作，可以像电脑一样上网、看微博和玩体感游戏等等。

据四川长虹郑州销售分公司相关负责人透露：为贺长虹U-MAX客厅电视全球首发，长虹郑州销售分公司将于本周末开展“新智能语音电视大普惠”活动，款款超低价：39英寸LED仅2299元，43英寸智能语音电视仅2999，全线产品最高直降3000元，其中一款55英寸智能语音电视还打出了送37英寸智能电视的“买一送一”优惠。

了解更多长虹新品信息及市场活动信息请致电：4008117605咨询。

记者 朱江华



总第187期

新闻背景

众所周知，冰箱越大能耗越难降低，目前市场上能否有企业能突破这一技术瓶颈？目前，很多家电企业都推出了最新的高端型家电产品，而年轻消费群体喜欢设计感和功能领先的产品，非常注重消费环境与体验，这是否意味着家电产品已经进入更新换代高峰期？

突破技术瓶颈 高端冰箱时代已来临

冰箱企业发力高端市场

主持人：3月11日，三星电子宣布2012年在全球冰箱市场占有率排名第一，同时发布具有革命性的900立升超大容量以及高端多门冰箱AW4等产品。这是否意味着这两款产品为消费者重新定义了厨电使用新体验？

谢辉：作为全球增长最快的家电品牌，三星家电之所以屡获殊荣，是因为产品能够满足每一个忙碌家庭的需求和期望。此次推出900立升超大容量以及高端多门AW4等冰箱产品，以其无可比拟的食品保鲜功能，使烹饪充满无限可能，从而为家庭生活带来了更多的便捷和乐趣。

初永兵：三星900立升超大容量冰箱开启了冰箱的超级空间时代，满足了新的消费需求其领先的设计理念不仅会引领未来冰箱产品的发展趋势，也确立了未来三星在全球冰箱市场的领先地位。能够满足消费者需求的产品，必将受到消费者的青睐。

罗清启：此次三星900立升超大容量冰箱，表明现在消费者对生活品质的追求也进入一个多样的年代，这不仅体现在大型、高端冰箱的需求量日益增长，而且多样化的功能和多样化的空间组合已经成为消费，尤其是高端消费者对冰箱的最重要需求。

市场转身：节能成为杀手锏

主持人：目前的家电市场中，很多家电企业都推出了最新的高端型家电产品。无论从产品的定位上，还是从展现企业的技术能力上，节能型高端冰箱产品是否能成为检验企业综合实力的一个重要指标？

谢辉：众所周知，冰箱越大能耗越难降低，但三星白电的研发团队克服了这一技术瓶颈，成为世界冰箱行业的技术领导者。三星冰箱所采用的真空隔热材料虽然轻薄精致，但是其保温效果却非常好，同等使用情况下能够提高9.4%的能源效率，更节能省电。

初永兵：从国美春节销售数字来看，冰箱首选价格区间是2500元-5000元为60.56%，这说明消费者对于家电产品的需求正在走向中高端，而创新技术的不断涌现使得高端家电产品市场份额的稳定甚至持续增长。

罗清启：节能是冰箱产品在竞争中脱颖而出的利器。据中国电子商会冰箱产品课题组调查报告显示，消费者在选购冰箱产品的关注点上，消费者最为关注耗电问题；其次，保鲜、制冷、保质等方面也是消费者在选购冰箱产品时关注的热点。

年轻群体引领高端消费

主持人：据《2012~2013年中国高端冰箱消费调查》显示，35岁以下在半年内有购买打算的为27.05%，在一年内购买的为35.14%，两者合计为62.19%。城市消费群体呈现出年轻化、个性化特点，这是否表明年轻群体将是高端家电产品重要的消费者？

谢辉：更大更合理的空间设置、更先进的科技、更加时尚的内外外观设计、更加节能

环保，2013年三星所推出的具有革命性的900立升超大容量以及高端多门冰箱AW4等产品与年轻群体需求几乎一一对应，必将为年轻消费者带来更具附加价值的高端家居生活体验。

初永兵：高端家电消费亦呈高速增长态势。而年轻消费群体喜欢设计感和功能领先的产品，非常注重消费环境与体验。不

难预见，产业结构升级将成为未来支撑家电行业增长的主要动力。

罗清启：随着生活品质及审美水平的提升，年轻群体已不仅仅满足于传统家电基本的使用功能，具有“高科技技术含量、人性化功能及时尚外观设计”的高端家电产品消费需求呈上升趋势，家电产品进入更新换代高峰时期。



三星白色家电营销副总经理 谢辉



国美集团白电事业部总经理 初永兵



帕勒咨询公司资深董事 罗清启