

## 非常导购

## 国美空调盛惠三天

3月23日到25日,由国美导演的空调低价盛宴将全面爆发。

国美从上周就启动抢空调认筹活动,格力、美的、海尔、伊莱克斯等品牌都参加了此次优惠活动。认筹活动持续到3月22日18时,提前认筹,购物将享受更多优惠。如参加认筹美的空调,100元最高可抵3000元,另加送汤锅一个;认筹格力,预存200元送鼠标垫,活动期间国美放量格力特价空调;认筹伊莱克斯空调,最高送800元。国美携空调大牌掀起低价盛惠,3月25日之后,将恢复原价。

据了解,国美每年3月份都联合空调厂家举办优惠活动,吸引众多市民前去抢购。之所以每年国美空调盛宴能让众多市民青睐,不仅取决于市场需求,更取决于实惠的政策。比如,几乎从不降价的格力,在这个时候也会大幅度降价。平常没有多少赠品,这个时候就会多得很多赠品,让消费者享受到省钱、省心、省力的优质服务。

樊无敌

## 娃哈哈力推新品格瓦斯

近期,在全国各大超市里采购年货的消费者不约而同地发现了一个新面孔:棕黄色的液体,异域风情的包装,性感的俄罗斯美女热情地叫它——格瓦斯。

格瓦斯作为一种极具俄罗斯风情的饮料,在当地极受欢迎。中俄交界的黑龙省也有一些城市能见到格瓦斯的身影。但是从其诞生至今的几百年来,它一直没有机缘来到中国的消费者面前。直到前两年,娃哈哈研发部门的研究人员在俄罗斯的小镇上喝到了这样一瓶饮料,才使得格瓦斯在历经数个世纪后终于来到中国。

据一些格瓦斯的忠实粉丝介绍,格瓦斯的口感有点像啤酒,无论是餐桌上的应酬,还是朋友间的聚会,格瓦斯天生具备的激情口感绝对适合开怀畅饮。与此同时,格瓦斯又具备酒精饮料难以与之抗争的安全、健康和营养。

据娃哈哈相关研发人员介绍,格瓦斯很有“技术含量”,它采用了麦芽汁澄清技术,使产品金黄澄清透亮;顶空提香技术,创造天然丰富饱满的面包风味;生物发酵技术,前苏联高加索长寿村特有的克菲尔乳酸菌进行发酵,五种乳酸菌协同发酵,使麦芽汁的营养物质小分子化,充分释放更易吸收,还含有18种氨基酸。如果你想体验一下俄罗斯的浪漫风情,赶快去品尝一下吧。

熊维维

## 百脑汇举办笔记本促销会

明天,百脑汇联合荣天、华硕打造笔记本促销盛会,预存100元抵500元现金。

据悉,凡今天登录官网参加团购活动,凭活动短信即可在明日到店购买低价IT产品。18G的iPhone5直降601元;iPad mini直降402元;西数移动硬盘500G直降200元;金士顿U盘8G直降33元;超群蓝牙耳机直降241元;风云电子导航直降400元。明日,顾客到百脑汇无需购物即可参加活动,现金礼抓多少送多少。3月29日前,到百脑汇一楼服务中心预存预存100元当500元花,如未购买,活动当天退还本金。3月30日、4月4日购买DELL限定品牌笔记本电脑即可使用。凡3月30日前在百脑汇一楼购买华硕笔记本电脑,内存2G换4G。

樊无敌

## 【案例】想当面验货,很难

家住大学南路的宋平在某网站选购了一台特价微波炉,比市场价低了300多元,但第一次使用时就出现了微波炉门打不开的问题。她向卖家投诉后,卖家将责任推卸给厂家,而厂家说网上购买的产品不负责,按国家三包规定“谁销售谁负责”。她无奈放弃维权。

2月初,经常网购的李兴利在家电卖场看中一款电压力锅,后来在网上搜索到外观相同的产品,比家电卖场便宜300元。不料,等拿到网购电压力锅时,她才发觉远不如家电卖场的电压力锅:不仅外壳明显薄,内胆直径也要小约3厘米。但网店卖家坚称是产品批次不同,并非质量问题。对此,河南五星总经理

陶永提醒说,消费者在网上购物时一定要谨慎。

在高新区的郭林投诉称2012年1月1日在某网站购买了某品牌32C08RD平板电视5日送达。通电发现质量问题,消费者立即与该商城联系。次日该品牌售后服务人员上门检验,向网商出具了质量问题检测报告。网商于7日指定上门取货备换。按照该网商售后服务承诺,应于3日内上门取货,收货后100分钟内处理完顾客问题。可后来多次通过电话和网络与网商沟通,每次答复都是“尽快办理,24小时之内与消费者联系”。但郭先生反映商家并未按承诺与消费者联系过,更没有人上门取货。

电商作为家电销售的重要补充渠道,正对家电销售起到重要的影响,但快速发展也伴随着售后问题的激增。据中国电子商务消费电子产品调查办公室调查数据显示:2013年国内平板电视零售量将达到4500万台,而线上渠道销量将在400万台左右,占比接近一成。今年春节期间三、四线城市的网购下单量暴增,仅家电、3C品类订单量就环比1月增长超200%。但这种过快的发展也伴随着不稳定性。而中国消费者协会数据显示,全国消协组织受理销售服务投诉39005件,同比增长28.5%。其中,网络购物投诉20454件,占销售服务投诉量的52.4%。

记者 樊无敌

质量、物流和服务成投诉热点  
网购电器矛盾频发

## 【对策】

模式不成熟  
电商需要重塑形象

关于家电网购投诉问题主要集中在产品质量与实际不符、物流效率低、服务人员整体素质差三大方面。此类问题的频发不仅使消费者对于电商信任度持续降低,甚至开始出现对于家电企业与电商权责分配模式的抨击,电商“重售出,轻售后”的做法已经危及站在其身后的家电企业的品牌形象。

“网购消费模式尚不成熟,因此才会出现上述问题。”某家电经销商胡军说,就拿网店商家不主动提供发票来说,这在家电卖场是几乎不可能出现的:一方面,消费者已经养成了购买大件商品,主动索要发票的习惯。另一方面,家电卖场有完善的销售服务体系,收款时,工作人员都会直接开发票。而一些网络商家没有在工商部门登记注册,也就谈不上提供发票;也有一些商家借少开发票,来降低成本。

在与家电卖场拼价格、抢客源时,部分网店商家会从家电生产厂家购进一些“特供”产品。这些貌似家电卖场“同款”商品的“特供”款,除了价格,还有其他细微差别,例如,“特供”产品的原材料、配件规格等会略有“缩水”。

家电卖场通常都设有专门机构,处理商品的售后服务问题,以此赢得顾客信任。而一些网店商家刚开始经营家电产品,还不具备提供售后服务的条件,遇到问题只能一拖再拖。针对此种趋势,中国电子商务协会副秘书长陆刃波建议,在电商快速发展的大背景下,家电企业不仅可以通过自建线上商城的方式掌控渠道,还可以与电商开拓权责明确的合作模式,充分利用双方的优势资源,如物流支撑、售后服务共享、双向监督机制建立、消费者权益双重保障等,从而规避掉消费者对于电商安全性的质疑,重塑消费信赖,达到互利共赢的局面。

## 一周消息

仰韶酒业双先表彰  
大会在渑池举行

3月12日,河南仰韶酒业有限公司2012年度双先表彰大会在仰韶人的翘首企盼下拉开帷幕。会议表彰了先进集体、班组、党员、销售状元以及突出贡献奖获得者。董事长侯建光、总经理卫凯发表了重要讲话。

侯建光在讲话中指出2013要加强安全管理,严抓安全生产,注重员工的综合素质提高,进一步完善培训制度,让员工在文化、道德、岗位技术、业务水平等各个方面都能有显著的提高,全面提升仰韶的整体形象,打下仰韶二次腾飞的牢固基石。卫凯对2012年的销售情况做了详细的汇报,并就2013年的工作做了部署,并表示:“2012的收获,都已成为历史,2013我们将努力创造新的业绩。”

万佳

## 杜康启动生态园区建设

3月12日,“共建生态杜康 同筑百亿梦想”——2013杜康控股首届植树节暨杜康生态园区建设启动仪式在洛阳杜康控股汝阳生产基地举行,来自河南省酒业协会、洛阳和汝阳政府领导、郑州和洛阳核心经销商以及杜康控股中高层管理团队等100多人,在园区种下了近千棵绿树。

“生态杜康是杜康品质杜康、文化杜康、责任杜康之后,就公司未来几年发展提出的又一重大战略举措,而此次种下的近千棵绿树将成为第一片杜康林。”据洛阳杜康控股有限公司总经理吴书青透露,未来杜康不仅将坚持举办植树节,也将在治理杜康河、改造杜康造酒遗址公园以及优化周边环境方面加大投入,甚至将在中原大地培育更多杜康林,为建设“绿色河南、美丽中原”尽一份心力。

万佳

## 金星开启“质量开放周”

3月15日,金星啤酒集团在郑州总部工业旅游园区开展了主题为“一路有爱,责任同行”的“质量开放周”宣传活动。活动以游客观光、专题采访、消费者互动的形式诠释质量宣传的意义。

“这次活动是金星啤酒集团依托自建生态工业旅游园‘透明化生产与消费者零距离沟通’宣传主线的又一延伸。近年来,金星啤酒始终保持河南市场销售的‘领跑者’地位,这不仅得益于金星过硬的产品质量,更离不开社会各界和广大消费者对金星的认可和支持。”金星集团有关负责人表示。

据了解,自2005年金星啤酒工业旅游园开园以来,以“免费开放”的形式,“打开后厨让人看”,8年来该工业旅游园累计接待全国各地游客突破40万人次。

万佳

## DQ呼朋唤友分享美味

阳春三月好时光,全球冰淇淋巨头“DQ冰雪皇后”发起呼朋唤友,分享美味行动——全国22个城市多家门店同时推“免费!与谁分享?”市场活动。2013年3月4日至3月31日(双休日除外)期间,凡正价购买DQ暴风雪标准杯或大杯产品,即可免费获赠“Q杯”暴风雪一份,所赠“Q杯”可在11种口味中任选。诚邀各位DQ粉丝共同参与,一起欢庆DQ冰淇淋的欢乐时光。

艾霞