

“完整”乐视6999元搞不定!

一年服务费490元 乐视电视忽悠消费者?

日前,有消费者反映购买60英寸乐视电视6999元不实,还要承担额外490元的一年服务费,中国家电问题研究、品牌和危机管理专家庞亚辉指出,乐视超级强制搭售,已经涉嫌违法。

乐视电视售价误导消费者?

买一台乐视超级电视X60的价格是多少?不是乐视网董事长贾跃亭此前公布的6999元,而是7498元。这才是乐视超级电视的真实价格。近日,有消费者向《第一家店》反映其购买60英寸乐视电视6999元不实,另外还要承担额外490元的一年服务费用。

买电视先掏服务费?相信不少消费者也是头一次听闻。16日,记者在乐视商城官网看到,乐视电视X60在4999元的产品售价之外,还强制捆绑了499元的乐视TV版12个月服务

费,属于购买乐视电视的必备条件。

也就是说,消费者无法直接以6999元的价格,购买到乐视X60电视。必须要额外再掏出499元购买一套自身并不需要的收费服务项目。对此,中国家电问题研究、品牌和危机管理专家庞亚辉指出,乐视超级电视在6999元的电视机售价之外,还强制捆绑499元的服务费,可以定性为强制搭售,已经涉嫌违法。按照我国消费者权益保护法,乐视超级电视的强制搭售行为,已经损害了“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。”

智能电视激活率仅在30%

智能电视经过两年时间的发展壮大,到目前已经成为彩电市场上销售的主力,根据中怡康发布的市场调查数据显示,2013年1~4月智能电视市场占有率44.5%,但智能电视激活率仅在30%左右,激活率偏低俨然成为智能电视的一大发展瓶颈。

在当前的市场情况下乐视TV超级电视入驻智能电视市场,以低价高配为主导在同类产品当中尽显性价比优势,但其即将发售的两款机型,无论是6999元的X60还是1999元的S40购买的费用并不止整机硬件的价格,还需要消

费者额外支付490元的一年服务费,换句话说,这490元是购买乐视TV超级电视的先决条件,是消费者不得不掏的。

中国家电问题研究、品牌和危机管理专家庞亚辉表示,在智能电视激活率偏低下购买乐视TV超级电视的用户就面临着“二次收费”的困扰,既要交有线电视费还要缴纳乐视TV服务费,对于普通大众消费者而言短时间内还很难被接受,概念普及以及市场环境的培育更需要时间来逐步完善,操之过急或难成大业。



家电维修热线:67655517

天天都是“3·15”,“第一家电”常年开通热线电话、书信、电子信箱、微博等爆料渠道,与您全方位互动。

说出您所遭遇的真实故事,踊跃提供案例事件,我们将以最热忱的关注,力寻解决之道。

相关链接

在乐视超级电视的预定网页上,用户必须购买和自由选配配件表。

包年卡:490元,必须购买;云底座:499元,非必须购买;固定挂架:269元,非必须购买;超级遥控器:199元,非必须购买;无线游戏手柄:199元,非必须购买;1TB移动硬盘:780元,非必须购买;蓝牙耳机:399元,非必须购买。

360搜索与河南三百六签署战略合作

6月20日,国内第二大互联网搜索服务商360搜索(so.com)在郑州召开战略合作发布会,在现场签署合作协议,正式授权河南三百六信息技术有限公司为360搜索推广代理商,共同为我市中小企业提供网络营销推广服务。 郑州晚报记者 朱江华



绿色安全 360搜索推广精准回报超值

会上,360搜索销售部总经理栾天先生与几百位企业家就互联网时代下企业如何发展进行了深入探讨,对360搜索产品及最新的促销政策进行了详细讲解,通过许多真实客户案例的描述,让现场参会客户更深层次地了解了360搜索产品的特色。河南三百六信息技术有限公司负责人表示,

360品牌绿色安全,既能够为用户提供安全、真实的搜索结果,又能够为企业提供更性价比更高的搜索推广服务。

目前,360已拥有超过90%的互联网市场渗透率,月活跃用户超过4亿。对于中小企业推广来说,网络推广精准投放回报超值。

占有率上升17.18% 极大满足了市场需求

自2012年8月上线后,360搜索包含网页、新闻、影视、音乐、地图、图片、百科等搜索产品,随着渠道体系的不断完善,市场占有率也在稳步提升。根据CNZZ数据中心最新数据显示,2013年6月9日搜索市场占有率中,360搜索的市场占有率已上升到17.18%,而同日百度的市场占有率跌至60.88%。

据了解,有别于其他搜索推广“竞价排名”的方式,在搜索结果页面中,360将制定严格的标准,将广告推广和内容进行鲜明的区分,并设定条数限制。360搜索采取的方式是以企业对于用户输入的信息的相关度,以及企业信息网站的质量度来评估这个企业最终是否能够获得推广位置,通过这种方式,一些成熟的企业会在当中脱颖而出。

消除电子垃圾 全城搜“旧”大行动

TCL 4K超高清电视最高折价3000元

6月22日至23日,彩电巨头TCL将在郑州市区各大产品体验中心举行“TCL引领4K标准 超清视界 进万家——国家不补厂家补 TCL以旧换新”大型感恩巨惠活动,强势开启后补贴时代让利惠民,消费者能以最优惠的价格尽享TCL 4K智能云电视极致体验,彻底引爆市场关注。 郑州晚报记者 朱江华

贺TCL平板电视全球销量第三

本次河南TCL电视在郑州市区集结了众多优势资源,让利幅度之大甚至超过节能补贴时期。其中,凡购买TCL电视,可参与以旧换新活动。凭旧家电、旧冰箱、旧空调、旧洗衣机,不论品牌,不论大小,换购32英寸以上机型最高折价3000元,堪称后补贴时代的巨惠之王。此外,购买TCL 4K智能云电视云晰E5690、3D智能云电视云屏V6500等人气产品还可获得更多神秘好礼,多重巨惠让消费者享完再享,尽显尊贵礼待。

“受节能补贴的翘尾效应影响,5月份河南彩电市场上演了一出疯狂的促销盛宴,现阶段已进入政策空白期,彩电市场将不可避免地迎来涨价潮。此次河南TCL电视以力度极大的厂家以旧换新补贴活动,全面支持产品体验中心,在后补贴时代将有效地提升消费者信心。”彩电观察人士指出,据Displaysearch最新数据显示,2013年第一季度TCL平板电视全球销量超越索尼排名第三,并且凭借着强大的彩电全产业链优势,TCL在成本控制能力较其他品牌更具优势。因此,这样的巨额让利也只有TCL电视才能做到。

TCL 4K智能云电视让你尽享极致生活体验

“之前就一直想买4K电视,如今有了三大彩电权威机构的联合推荐作为保障,又赶上TCL电视巨惠活动,一大早就拉着老公前来预订了。”经过仔细挑选,市民张女士最终选择了市场上的性价比之王TCL 4K智能云电视云晰E5690。

据介绍,云晰E5690采用了专业的UHD屏,并率先搭载了四核处理器和Android 4.2系统,拥有业内高端的4K处理芯片MSTAR 901K,还在业内首次采用成熟的2K转4K关联补偿技术,一举实现了最佳的4K画质播放效果。

据了解,除了4K智能云电视,TCL电视其他人气产品也将强势参与此次活动,并拥有偏爱频道、Tcloud家庭云中心、跳吧、爱心视线、摩奇游戏等诸多创新性的应用,让全家人尽享最新科技带来的极致生活体验。同时,TCL电视云屏V6500也非常值得期待,其以完美的4D一屏双显、云赏K歌等视听娱乐功能,必将带给消费者不一样的夏日娱乐狂欢体验。

辣语

事件:空调业下半年情势不容乐观

近日,中怡康副总裁彭煜向媒体透露,随着节能产品惠民工程结束,2013年下半年将再现低谷,市场前景不容乐观。

点评:虽然2013年上半年空调销售较上年出色,但整个市场拉动力不足,在节能产品惠民工程退出、房产市场继续受限的情况下,空调市场将进入深度调整期。

事件:净化器除甲醛效果有限

6月16日,国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心发布检测报告显示,空气净化器的除菌、除PM2.5效果尚可,但在除甲醛方面只能50%左右。

点评:此次检测表明,几乎没有一款空气净化器产品在除甲醛和除PM2.5两方面均表现出色,一般都是有所侧重,所以消费者在挑选时要考虑清楚自己的需求。

事件:家电销售同比增长18.7%

6月18日,商务部监测的3000家重点零售企业统计显示,5月份家电销售额同比增长18.7%。

点评:受节能惠民政策的影响,5月份家电销量大幅增加。不过,没有补贴,节能产品占比将有所下降,“开倒车”的现象已初露端倪。



每周声音

人单合一模式仍在不断试错

海尔在自主管理方面已经探索很多年了,我们十几年以前就提出人单合一双赢的管理模式。尽管海尔人单合一模式做了十几年,但仍在不断试错。

——海尔集团首席执行官 张瑞敏

全球智能产业竞争中仍有机会

过去几年,全球彩电产业形成了“中日韩”等三足鼎立之势。在全球前十大彩电企业排名中,有3个中国品牌、2个韩国品牌现在在韩企是最大的竞争对手。日本企业相对竞争力的下降,给了我们发展空间。

——TCL集团董事长 李东生

断言3D打印引发革命为尚早

3D打印只是在智能制造领域打开了一扇门,使得网络化、分布式、个性化生产得以实现,但如果开启一场“新工业革命”,还要期待能源、信息和材料等几个方面新技术的大跨越与大融合。

——中国3D打印技术产业联盟顾问 张文武

企业应积极抢占智能化产品

在电饼铛市场,企业应积极抢占智能化产品,加速产品的多功能和智能化可以避免各厂家掉入价格战的泥潭,从而使市场转移到拼产品、拼技术的良性竞争上来。

——中怡康副总裁 彭煜