

LED电视分侧入式直下式两种 买LED要认清技术标示

购买LED电视有假?

上周末,陈女士在某卖场购买了一台47英寸国产品牌的LED电视,价格只有3999元,卖场其他品牌的同尺寸产品价格接近8000元。8000元产品的促销人员表示价格低的原因正是因为买了“假”LED电视。买LED产品一定要注意价格,价格高的产品才是货真价实。

陈女士认为自己选购的电视机身厚度只有2~3厘米,外形美观,这就是LED电视的基本特征。不过以上促销人员称,尽管机身薄,但是产品散热能力差,耗电量也很大,显示效果极差,尤其是黑白对比度,根本没有达到LED的真正效果。

在这样的情况下,陈女士希望能够把之前购买的产品退货。导购告诉陈女士退货可以,不过该品牌销售的绝不是假LED。应用LED背光源的作用就是为了把电视做得更薄,这也是LED替代LCD的意义所在。辨别是否是真的LED,一定要看厚度,超过3厘米厚度的产品,实际上是LCD。陈女士被两位销售人员说得一头雾水。

两种技术各有千秋

奥维咨询平板事业部总经理刘闯介绍说,LED技术分为侧入式和直下式两种。两者各有优缺点,成本也存在差异,终端产品定价自然也就不同。不具备专业知识的消费者很容易被忽悠。

市场上销售的超薄电视就是侧入式LED。价格上有相对优势。外形美观、价格适中,近年来普及较快。另一种是直下式LED,此种电视LED晶粒均匀地配置在液晶面板的后方可做发光源,使背光可以均匀传达到整个屏幕,画面细节更细腻逼真,但售价偏高。

LED分侧入式直下式两种技术,建议促销人员要对消费者负责,卖场更应张贴专业产品的分类以及消费指南,降低消费者选购的难度。家电分析师梁振鹏指出,要消费者选购更容易,得从3个方面下工夫,首先就是卖场促销员。家电生产企业要规范卖场促销员的促销行为,在向消费者介绍产品的时候能本着实事求是的态度,这样才能不流失消费者的信任。此外梁振鹏还认为,卖场应张贴消费指南。本着服务消费者的态度,卖场对出现技术分类的产品,在醒目的位置张贴产品技术简介,消费者购买会更便捷。



海信科龙电器股份有限公司(冰箱)营销公司 河南分公司招聘英才

一、公司简介

海信科龙电器股份有限公司(冰箱)营销公司(简称冰箱营销公司)是海信容声的专业销售公司,总部位于山东青岛,目前在全国设有38个营销分公司及数千家售后服务网点,拥有8000多名务实敬业的员工,承担着海信容声旗下冰箱、冷柜、洗衣机、生活电器产品国内市场的营销策划、终端推广、售后服务等工作,是目前中国家电行业最优秀的专业销售公司之一。

二、招聘职位信息

招聘职位	招聘人数(人)	任职资格标准	工作地点	福利待遇
业务经理	不限	1.本科及以上学历	豫北各地级市 郑州	入职后缴纳五险一金,定期健身
司机	1人	2.大专及以上学历,需具有两年以上工作经验		
备件实物管理员	1人			
冰箱工程师	1人			

三、应聘方式

1.招聘会现场投递简历 2.可将电子版简历发送至byhn2rzz@hisense.com

四、联系方式

联系人:樊女士 联系电话:0371-89961882

诚挚欢迎您加入到海信科龙电器股份有限公司(冰箱)营销公司河南分公司!



事件:近九成空调细菌超标

近日,复旦大学公共卫生学院环境卫生教研室公布空调病毒细菌实验结果显示:88%的空凋散热片细菌总数超标,84%的空凋散热片霉菌总数超标。

点评:大多数家庭的空调由于缺乏经常清洗,是导致细菌、霉菌超标重要原因,也是PM2.5重要来源之一。而家用空调清洗没有国家标准,这也造成了这一市场的混乱。

事件:东芝削减电视费用1亿美元

据家电网报道,东芝在2013年大规模调整电视产业财年年度费用削减1亿美元。数百名员工将重新进行岗位分配。

点评:2012年度,东芝电视业务营业亏损达到约500亿日元,深陷低迷。2013年度,东芝尝试同时推进电视产品销售单价提升与改善库存,寄望2013财年下半年营业利润扭亏为盈。



活动参与方式

张怡筠

活动时间:7月21日 13:30~17:00
 报名电话:4000 315 315(方太老用户优先享受预约门票)
 报名截止时间:6月28日~7月15日
 活动安排:台湾著名心理学家、由高情商管理专家张怡筠博士讲授如何进行都市生活和工作压力的管理。据了解,现场设置咨询环节,参与者可与张博士面对面进行情感问题交流,学习管理技巧。活动前300名到场者可获得张博士工作压力管理书籍,现场参与互动更有机会赢得精美奖品。
 费用:免费讲座

事业、生活怎么做到平衡?

方太心灵讲座郑州开讲

台湾著名心理学家、高情商管理专家张怡筠博士7月21日开讲

近年来,为了营造良好的品牌口碑和关爱客户,方太持续开展“至诚关怀服务城市主题讲座”,7月21日,方太“至诚关怀服务城市主题讲座”将走进郑州,由台湾著名心理学家、高情商管理专家张怡筠博士讲授如何进行都市生活和工作压力的管理,场内设置咨询环节,参与者可与张博士面对面进行情感问题交流,学习管理技巧。

方太集团副总裁孙利明表示,方太的使命是“让家的感觉更好”,一直重视和用户进行心灵交流,坚持开展城市讲座。方太希望自己的产品被用户选择不仅是作为功能性的用具,更希望看到产品背后美好的生活,倡导追求物质和精神两方面的幸福,并回归用户使用体验。

朱江华

倡导事业与生活的平衡术

轻松穿行。

据悉,张怡筠博士被媒体誉为“心灵魔术师”,致力于“情绪生产力”及“职场幸福力”的研究及培训,也是活跃于央视《心里访谈》等电视节目的心理学专家。

厨房是一个家庭温馨的体现,厨房是为了更好地诠释家庭生活,但目前人们奔波于处理事业上的问题,而忽视了家庭生活,导致事业与生活不平衡。方太将关心用户生活与心灵健康作为企业应尽的社

会责任,倡导事业与生活相互平衡。方太指出,“方太将坚持提供高品质的厨房及家用产品。”

据了解,方太业务涉及厨房电方器、集成厨房以及海外事业三大领域,其中FOTILE方太品牌专注于嵌入式厨房电器业务,拥有吸油烟机、嵌入式灶具、嵌入式消毒柜、嵌入式微波炉、嵌入式烤箱、嵌入式蒸箱、热水器七大产品线,已成为中国高端厨电第一品牌。

回归消费者使用体验

模式和创新体系也在发生本质变化,目前,方太正致力于将企业的技术创新回归到产业价值发展的原点,真正为消费者带来使用体验改善的新技术、新产品。而中国家用电器协会理事长姜风坦言,厨电市场的热闹并不仅仅是企业扎堆进入,还面临着“你死我活的生死之战”。目前国内吸油烟机、灶具产业参与市场竞争的品牌数量多达上千个,整个产业还处于自由

竞争状态,产业的集中度很低,厨电市场将加速洗牌,真正回归关注消费者体验才能获得市场。

“作为中国高端厨电产业的领导者,今年以来方太一系列新产品直击消费者本质需求,并实现了在技术创新、消费习惯、品牌格局等多个层面的升级。在方太引导下,中国厨电加速产业两极分化。”中怡康市场研究机构品牌总监左延鹏认为。

除了关注物质和精神两方面相互平衡,方太在产品方面也成绩不俗。

中怡康的统计数据表明,在今天的五一市场上,方太全线厨电产品增长近30%,再次领跑行业发展。在高端吸油烟机市场,方太占有率连续9年稳居第一,高端吸油烟机市场占有率高达40%,领先于业界。方太集团副总裁孙利明指出,随着中国高端厨电格局步入成熟期,企业的商业