



总第217期 主持人:朱江华

三星被指对中国消费者实行不公正售后服务

新闻背景

日前,央视连续播出了三星Note和S系列手机存在“字库门”设计缺陷导致频繁死机,以及三星公司在维修售后服务环节,导致机主维修费用高昂维权困难,对中国消费者进行不公正待遇的报道。对此,10月23日,三星公司发布声明向中国消费者致歉并发表整改声明,称决定对分别为S3(I939,I9300/CM16, I9308/M16); Note2(N719/M16,N7100/CM16,N7102/CM16,N7108/CM16)7款问题机型进行免费修理并延保一年。

除了“字库门”给三星公司带来的烦恼之外,该公司近日因雇佣网络水军诋毁竞争对手,在中国台湾地区遭到了监管部门的处罚。

据中国台湾“公平交易委员会”在其网站上的一则通知中显示,三星违反公平交易原则,雇佣水军在网络上贬低竞争对手的智能手机,恶意宣传自己的产品,因此对三星公司处以1000万元新台币(约合人民币206.4万元)罚款。

对此,有业界人士惊呼近期负面不断,三星遭遇“成长的烦恼”。

的确,近年来,随着智能手机的兴起以及消费者需求的变化,手机市场竞争不断激烈的同时,格局也在发生着翻天覆地的变化。随着诺基亚、摩托罗拉等行业龙头的陨落,苹果、三星等外资以及华为、中兴等国产品牌不断崛起,智能手机市场出现了群雄逐鹿的盛况。

因此,三星手机设计缺陷以及雇佣网络水军等事件,也不足为奇了。

实际上,近几年来,打印机内置加密芯片、手机价格操纵、手机电池爆炸以及电视机产品“爆炸门”……三星在出现接二连三的负面事件后,不仅没有反思,反而大肆宣扬自己的“丰功伟绩”。作为一家跨国企业,三星正逐渐在寻求商业利益最大化的道路上与消费者的利益背道而驰。



中国消费电子行业分析师 梁振鹏



腾讯网家电频道主编 马伟强



家电中国网总编 张大海

三星道歉被指没诚意

主持人:尽管三星面对央视的强势炮轰,终于顶不住压力道歉了。但三星迟来的道歉,不但仍被质疑欠缺对突发事件的执行能力以及解决问题的诚恳态度。还因为消费者关注焦点始终在一个问题上,即问题产品是否应召回。各位如何看待这一事件。

张大海:事实上,很多国际大公司,在中国都会存在部分歧视,他们的商品和服务在中国内地和其他地方是大不一样的。三星道歉,是因为中国巨大的消费市场,而不是因为中国的法律力量,同时这种道歉也并非诚心诚意。

马伟强:电器出现严重质量问题,

厂家采取召回措施是最为负责的处理方式。因为消费电子产品更新速度快,很多技术还不成熟,制造出来的产品质量、性能好都没有充分的验证周期,就迫于竞争的压力匆匆推向市场。这样的产品在市场上肯定被消费者用脚投票,最终损失的还是三星自身的品牌价值。

梁振鹏:如果三星声明免费召回,损失不可估量。这是三星至今未回应的主要原因。质量是企业生存之本。希望三星在高速扩张的道路上,质量问题不要成为其绊脚石。否则销量越多,带来的品牌危机越大。

召回制度空白将被填补

主持人:近年来,外资家电企业在中国市场上因为产品质量和售后服务不完善等问题引发的投诉一直居高不下。但长期以来,由于中国家电产品召回制度和法律缺失,外资家电企业一直坚持“双重标准”,区别对待。各位有何观点。

张大海:值得注意的是,国家质检总局起草的《家用电器产品召回管理规定(征求意见稿)》已完成了向社会各界征求意见和建议的工作,有望在今年年底出台。在规范召回制度的法律责任一章中指出,无论是拒绝缺陷调查、不及时提交调查报告还是未提交召回报告、不停止生产销售存在缺陷的家电等行为,均处以3万元以下的罚款。

马伟强:家电召回存安全隐患的

家电产品事件频频见诸报端。这凸显了我国在家电召回制度上的缺失。但随着我国家电行业的持续发展,家用电器召回制度的确立与实施已经进入倒计时阶段,企业应从主动发现问题、积极面对问题的角度出发,寻找让客户满意的解决之道,从而最终赢得消费者的信任与认可。

梁振鹏:召回制度在我国实施多年,得到了广大消费者的认同。但同时,强制召回的产品还很有限,如在我国主要是汽车和儿童玩具,这就造成其他消费品如家电一旦成批次出现质量问题无法有效得到召回。对此应早日出台数码产品的相关召回政策,以保证消费者权益得到更多的法律保护。

■朱言辣语

事件:格力前三季净利75.78亿元

10月27日,格力电器公布业绩报告显示,2013年1~9月份公司实现营业收入878.11亿元,同比增长14.65%,归属于上市公司股东净利润75.78亿元,同比增长42.13%。

点评:这意味着,格力电器在第四季度将迎接321.41亿元营业总收入的挑战,而作为空调行业传统上新冷年开启的第四季度,格力电器2013年1200亿元的“营收梦”值得关注。

事件:9月空调销量继续保持上升

近日,中怡康公布9月的空调市场调查数据显示,9月空调内销为579万台,同比增长17%;出口量为238万台,同比增长14%。

点评:随着城镇化速度的加快,未来的农村市场很受关注,空调处于普及中期,仍有较大上升空间,再加上变频新标准的实施,空调行业的产品结构在继续改变中,未来仍有增长势头。

事件:伊莱克斯三季度净利下滑29%

10月25日,伊莱克斯发布财报显示,伊莱克斯三季度实现净利润6.32亿元人民币,同比下降29%。

点评:为解决收益下降,伊莱克斯宣布计划裁员2000人,以应对欧洲不利的市场环境。同时预计第四季业绩受市场情况持续严峻影响。

■每周声音:

小家电换标贴“大松”

小家电启用大松品牌是希望创造更多的国际化的品牌,或者更多能够代表中国走出去的品牌。

——格力电器董事长董明珠

未来TCL代工业务将完全独立

代工业务在香港已经做了分拆,未来会把代工业务完全独立分拆出去,成为整个业务的一个重要组成部分。比如通力电子集团,未来将进一步重组,覆盖所有的代工业务,完全独立。

——TCL集团董事长李东生

4K面板行业良品率为85%

目前4K面板行业平均良品率为85%。随着技术逐渐成熟,市场规模的不断扩大,4K电视价格还会降,这加快4K电视普及。

——NPDDisplaySearch分析师吴荣兵

“3分钟不到空调出风口的温度就上升了20多摄氏度,这效果确实不错”,日前,随着海尔宽带无氟变频空调系列新品的上市,“3分钟”立竿见影的速热效果引发了社会各界的共鸣。“真没想到,3分钟就能达到这样的效果,这也就是我回家脱外套换拖鞋的工夫”,一位在海尔空调专柜咨询的消费者李女士表示。 郑州晚报记者 朱江华



3分钟升了20多摄氏度

3分钟速热成消费者冬季选空调标准

近日我国北方频繁遭遇冷空气,面对突如其来的寒流预警,众多消费者纷纷将目光投向了制热效果明显的空调产品。依靠空调取暖击退强冷空气,也让国内空调市场在十一之后迎来了又一次销售井喷。记者在家电卖场看到,凭借3分钟速热的强劲功能,海尔宽带无氟变频空调系列产品市场份额迅速攀升。

冬天要速热,夏天要速冷,这本是消费者购买空调产品的最本质需求。记者通过家电市场实地采访发现,面对厂家打出的“3分钟速热”功能点,许多消费者都表示很感兴趣,但也半信半疑。“有些空调启动半个小时都感觉不到热气,海尔空调真能达到3分钟制热?”“3分钟就能让家里暖和起来?”“制热真的有那么快吗?”但随即,

海尔空调强热风暴席卷绿城

这些疑惑便随着货真价实的现场体验而消失无踪。

记者在海尔空调专柜看到,一位工作人员将一个感应探头放在空调出风口处,开启1分钟后,温度数字显示仪上的温度显示就有了明显的上升,快到3分钟时,温度计显示出风口的温度已经由初始的25℃上升到了50℃。这样快的升温效果让不少消费者兴奋。

海尔一、二级能效空调占比达70%

海尔空调不仅注重产品的制热效果,为响应国家节能减排号召,提升企业综合竞争实力,海尔空调还在业内率先启动绿色节能战略,全面淘汰三、四级能效产品。截至目前,海尔空调一、二级能效产品的占比已经达到了70%以上。海尔空调成立于1985年,历经30年发展,已成为中国空调行业的引领

者。在世界权威创意经济研究机构——ICEC(世界创意经济研究中心)公布的2012年度影响世界的十大创意产品中,我们又欣喜地看到,一款来自中国的圆形空调——帝樽空调。其入选的理由重点有四个:一是造型上由方到圆的颠覆;二是竖向送风模式的创意确保了送风量更大、距离更远、更柔和;三是智能人感、手势识别等尖端智能技术的应用;四是1分钟速冷、3分钟速热及领先的节能效果。而这也很好地在提升了用户在使用过程中所拥有的幸福感。“这正是创意产品希望带给人们的感受和体验”。

11月2日~3日世界名牌海尔空调“30年好空调 强热风暴抢滩绿城”活动在河南地区正式开启,此期间消费者在各大家电卖场购买海尔空调将享受买赠、新婚新居购机礼等多重惊喜,详情咨询卖场专柜。