

由于3C消费具备一定的专业性和技术性,因此消费者常常会遇到各式各样的诱惑和陷阱。如何才能买得放心用得放心,消费者可要花点心思好好学一下了。

# 买得放心用得省心 3C产品消费指南

## 家电篇

### 雷区:打折促销作“幌子”

有时,一些商家的促销信息模糊且有价无货。商家会先以非常诱人的促销打折活动来吸引消费者,在实际促销广告中不说明促销产品的具体情况,而实际大部分为库存、淘汰机型。或者承诺的超低特价机数量实际上屈指可数,以致多数消费者拿不到相关产品。

见招拆招:看到“特价商品”广告时,消费者要注意商家有无标明“限时”或“限量”,并详细咨询活动产品的的相关信息。

### 雷区:明为降价暗误导

在季节性的促销中,商家往往会针对部分产品打出超低价,但实际上却形成“有价无货”的情况,让消费者在失望中被促销员的“忽悠”买了其他产品。

见招拆招:消费者应谨慎对待销售人员



荐,尽量购买自己熟悉的产品。而低价样机、旧款滞销机质量问题多发,消费者应在购买前仔细测试产品质量。

### 雷区:强行搭卖“延保”

“延保”本是一项有利于消费者的服务项目,但由于目前家电卖场的“延保”摊派到入政策,使得不少促销员在销售产品时强行搭配“延保”产品。

见招拆招:消费者在购买时要看清卖场开具的发票,对于每笔消费的单据要仔细核对,避免不明不白地被搭售延保产品。对于选择购买延保产品的消费者来说,最好签订一份合同,详细写明延保起止日期、延保范围、故障责任界定等事项。

## 数码篇

### 雷区:主机利薄配件补

目前的数码相机市场被少数几个品牌所垄断,价格相对透明,商家的利润也较少。但在数码相机上挣不到钱,商家便会在相机必备的配件上多下功夫。

见招拆招:消费者只需在购买之前查询相关产品的报价,做到心中有数;学习真假配件辨别知识,谨防商家用假货赚取暴利。

### 雷区:封条未开也有诈

“拆封条”几乎成了某些不良商家的一门必修课,功课做得好的能把封条拆得合得天衣无缝,所以单从包装箱上辨别机器是否全新已经不再那么准确。

见招拆招:购机时应更多地留意机器本身上的一些细节,例如电源插口、USB插口等部位是否有使用过的痕迹;机身表面是否有细微的磨损与划痕;上网或拨打厂商电话核对机器序列号、机器状态以及维修记录。通过这些细微处的仔细检查,可以有效避免买到样机或者返修机。

## 通讯篇

### 雷区:不明短信狠收费

目前对于各种短信定制业务,一般只有系统检测到用户向SP特服号码发送的短信后才允许SP对用户收费。所以各SP主要通过以下方法赚钱:通过短信特服号码或者普通手机号码发送各种挑逗诱惑信息,促使用户回复;通过短信特服号码以“朋友”“同学”名义发送问候关怀短信,诱骗用户回复;冒充运营商提醒你有“朋友留言”,骗你转发或发送到指定号码;通过各种免费发短信软件让用户发送短信。

支持上网的手机如果经常上网,很容易收到一些WAP PUSH短信,或者称为浏览器通告,打开以后就会上网,连接到订制收费服务的网站。总之这类短信没有好事情都是广告,建议一律不打开直接删除。

见招拆招:用户应定期查询交费单据或者话费清单,发现问题应立即向电信企业进行咨询和投诉;同时,可向当地电信用户申诉受理机构进行申诉,也可以向当地电信监管部门或价格主管部门进行举报。

## 市场关注

# 美的变频空调产量破千万 开启中国空调变频化时代



3月16日,美的第一千万台变频空调在武汉顺利下线,标志着变频空调从日本进入中国20多年后的今天,中国空调企业首次在变频空调产量上实现了千万台的历史性突破,由此也全面开启了中国空调业的变频化时代。

来自国家信息中心的数据显示,2010年变频空调在国内市场的占有率已达到27%,此前的2008年变频空调市场份额不足8%。短短3年间,正是在以美的为首的国内大企业的共同推动下,变频空调在国内市场迅猛发展,走出了一根“太阳线”。自2008年9月,美的在国内市场上发起变频空调普及风暴以来,先后通过推广普及、服务战、促销战、品牌战、技术战

等多种手段,在市场上掀起了多轮变频空调推广和普及风暴,最终在2011年将国内空调市场推向了变频技术全面普及应用时代。

美的已经形成广州、芜湖、武汉、邯郸四大空调制造基地辐射国内市场,联同以辐射国际市场为主的广东顺德、越南制造基地,埃及Miraco公司,全球化产业基地布局基本形成,有望在今后三年加速推动企业全球市场的变频化战略目标实现。

来自中国社科院工经所的王钦研究员则指出,在美的的一千万台变频空调的背后,标志着这家企业已具备了整合全球资源的综合协调能力,可以让美的在全球范围内为其技术、品牌和市场找到最顶尖的合作伙伴,最终强强联合完成企业战略架构和发展引擎的再次升级。

王伟

## 信息快递



# 户外大“淘宝”

17日,在中百大厦圣荣店户外卖场,众多市民在选购物美价廉的鞋子。一天内就吸引了数万顾客光临,有的市民一口气就买了八双鞋子,声称趁此良机将一年内的鞋子都备足。

据悉,3月17日—3月20日,中百大厦圣荣店联合百丽国际独家推出百丽国际潍坊户外超级卖场,百丽、天美意、他她等9大鞋类品牌,全场低至2折,还有耐克、阿迪等5大运动品牌十万件商品顶级惠饷,精彩不容错过。

钟柏摄

## 创维酷开智能3D K08系列

## 消费体验

# 最实惠的3D电视上市

自去年12月全球第二代3D上市热销后,时隔3个月,民族彩电巨头创维集团又抛出重磅炸弹:3月2日,创维召开新闻发布会,高调宣布CCFL背光3D电视上市。

该系列产品全球首创采用CCFL背光,同样融合智能3D引擎和新一代不闪的3D技术。而最大的亮点

在于,该系列产品为推动3D普及而来,号称目前最便宜的3D电视,即使酷开智能3D K08RD价格低廉,性能却不一般,与目前高端的LED背光3D E92RD电视相差无几。

相比价格稍微高一点的等离子3D,创维酷开智能3D K08系列采用偏振式技术,而等离子3D主动快

门式技术,两者在技术应用本身就存在着较大的差距,偏光式3D为新一代的技术,为大多高端品牌所应用。在新闻发布会现场,通过对比CCFL背光3D和等离子3D,后者画面较前者要暗淡,在明亮环境中甚至由于反光而无法观看3D画面,由此也可以看出CCFL背光3D毫不逊色于LED

背光3D。而且,CCFL背光3D的功耗要比等离子3D要低得多,如47寸液晶3D的功耗为120W左右,而50寸等离子3D的功耗高达400W。

创维酷开K08RD是很具有震撼力的3D新品,质优而价廉,该系列产品将加速3D电视普及,给消费者带来全新的体验。

## 原中科院海洋研究所水产专家柯亚夫——

# 海参行业期待知名品牌

借着3.15的契机,本报记者3月16日来到潍坊鸢飞路的月亮湾海参店,采访了原中国科学院海洋研究所水产专家、青岛海康水产发展有限公司董事长柯亚夫先生,请他谈谈海参业的现状。

柯亚夫介绍说,世界上记录的有1100多种海参,实际种类会多些,其实大多数种类海参都可食用。目前商业开发使用的有200-300种之多。好海参指海参加酸性粘多糖等活性物质含量高、活性强的海参。

他说,刺参是很好的海参,学名叫日本海参,

分布于中国北方、朝鲜、韩国、日本等地,粗多糖含量在23%以上。俗称的海茄子指的是芋参目的海参,代表种类有广东芋参、张氏芋参等,营养价值和刺参差不多,但市场上早已没有供应了。小有刺参产于大西洋,是桶手目海参属海参,粗多糖24.8%,小黑参产于太平洋,粗多糖达到31.3%,和刺参一样都是桶手目的海参,与国产的茄参芋参目不是一个目的海参,分类地位差别极大,小黑参是目前国内专家检测的粗多糖含量最高的海参。海参行业近5年来得

到了快速发展,是海水养殖业的支柱产业。但这个行业也是良莠不齐,从业人员的素质也大有差异,有的商家过分夸大某种海参的药理作用,有的销售近万元一斤海参,没有必要。随着科普推广,老百姓消费会越来越理性。海参是食品,不是包医百病的药,长期食用会有一定的保健作用,生病了还是到医院看医生。

柯亚夫强调,近年来,海参市场消费越来越火爆。但是很多消费者对海参并不十分了解,大多属于盲目消费。海参行业和其他行业一样有很多地

方品牌,但缺少全国性的品牌海参,市场期待对社会负责任的品牌海参企业引导消费。市场需要百花齐放,也需要全国性大品牌领导,海康公司致力于全国性的海参品牌建设。

目前他公司拥有直营店50余家,加盟店30余家,经销商50多家。现在年生产加工海参200多吨,一半是国内刺参,其余为进口海参。海康公司的主商标为月亮湾R,其他还有梦贝R、小有刺R、乌瓜参R等,海康公司加工厂占地20亩,是目前山东地区最大的专业海参加工厂。



# 逍遥生活派

Fm107.8好朋友车电台—《逍遥生活派》全新上线!这是一档汇集潍坊吃喝玩乐等生活信息的综合服务类节目。节目中将尽可能多的汇集潍坊各酒店, KTV, 地产, 汽车等企业信息, 节目还将联合报纸媒体、爱车汽车网、《青年企业家》杂志, 共同为各位推荐名优商家。此外, 节目中还将特聘来自山东潍洲律师事务所的韩明律师, 在每周一、三、五给听众朋友全面提供法律支持。每天下午5点至6点, 关注Fm107.8, 逍遥生活派—每天60分, 生活100分! 节目在线直播网址: <http://weifang.xcar.com.cn>