

# 家电大佬峥嵘共舞论道“消费与安全” 3·15, 本报联合国美电器、中海地产上演“原山论剑”

## 共同关注家电消费安全

安徽出版集团副总裁  
市场星报社社长 虞海宁



作为本次活动的联合主办方,虞海宁社长对参与本次活动的各家电企业大佬表示了欢迎和感谢,他表示,《市场星报》有着辉煌的历史,也是合肥比较早的一家都市报,自安徽出版集团主管以后,报社的发展变化很大,无论是内容还是印刷质量都不断提升,可读性大

大增强。  
虞海宁还表示,在社会责任上,市场星报社也充分发扬了媒体的社会责任意识,与共青团安徽省委、安徽省青少年发展基金会合作,连续7年举办希望工程爱心慈善晚宴,共募集善款三千多万元,在金寨、岳西、休宁等地援建了48所希望小学,与安徽省红十字会联合发起的星基金,是全国第一个由“公益组织倡导,社会全民参与,媒体深度参与”的公益专项基金。  
虞海宁认为,家电消费的安全问题一直被社会所关注,希望参会的各位家电大佬能结合自身的企业实际,在一起畅所欲言,碰撞出思想的火花,深化对“消费与安全”这一主题的理解,为消费者提供安全的电器产品。

## 国美电器安徽分部

总经理 孙锐



器安徽分部总经理孙锐第一次以新职务面对公众和媒体。  
孙锐表示,2012年,整体经济环境不容乐观,内需的作用更加凸显,国美作为家电零售的巨头,在整合厂家资源,拉动内需上发挥了巨大的作用。4月9日,由商务部部署开展的2012年全国消费促进月活动即将展开,而安徽的消费者也可以同时享受国美的“三零信用消费”,即:零首付、零利率、零手续费。  
孙锐还表示,国美电器希望上半年在安徽再开10家门店,完善在安徽的布局,也为厂家提供更多的平台,也会多听取厂家和消费者的意见,在市场环境较为低迷的时期,为安徽的发展多做贡献。

## 合肥市消费者协会

副秘书长 王奉云



媒体类似的活动还没看到。  
王奉云表示,今年的“消费与安全”已经是中消协推出的第17个主题了,消费安全问题是关系到民生和千家万户的事情。  
王奉云分析,随着家电产品质量的提高,消费者对家电企业的投诉已经更多地集中在服务上,主要表现在送货不及时、虚假宣传以及延保承诺难以兑现等方面。希望企业为合肥市民提供更好的产品,把售后服务工作做好,更加重视企业的品牌形象。只有把这些工作都做好了,才能提振消费信心,推动经济发展,也有利于社会的和谐。

老百姓家电消费呈现出哪些特点?各大家电知名品牌又如何围绕服务质量的提升做文章?3月12日,由本报联合国美电器、中海地产携手举办的“原山论剑——3·15消费安全论坛”火热举

行,安徽家电行业巨头等20余人齐聚中海地产会所,就老百姓关注的家电行业消费热点进行深入探讨。作为主办方,安徽出版集团副总裁、市场星报社社长虞海宁,国美电器安徽分部总经理孙锐,中

宏洋地产(合肥)有限公司副总经理范勇等出席论坛。安徽省连锁经营协会副会长兼秘书长何家信、合肥市消费者协会副秘书长王奉云也应邀参加论坛并作发言。论坛上“群星璀璨”,几乎聚集了所

有家电品牌巨头的安徽区域老总。如合肥美的制冷产品销售有限公司谢琦总经理、美的空调产品丁正礼总经理、美的冰箱产品卢金辉总经理、小天鹅产品徐涛总经理、格力空调袁五毅部长,长

虹电器杨金总经理、三洋洗衣机夏祥年经理、青岛海尔合肥中心叶飞总经理、康佳集团合肥分公司刘飞总经理、海信彩电马克战总经理、创维集团安徽分公司何承银总经理、三星电子郑世滨经理等,

他们从自己企业角度出发,围绕“消费与安全”的主题进行深入研究。  
现在就让我们一起来听听他们是怎么说的吧!  
记者谈正民 宛月琴/文 程兆/图



## 安徽省连锁经营协会 副会长、秘书长 何家信

“一直以来,我与市场星报就有深厚的感情,见证着这张报纸的发展壮大,也目睹着其在社会责任方面的担当。”何家信说起他与本报的“情缘”。同时,他也表示,家电销售企业很多都是连锁制,与连锁经营协会也有着深厚的渊源。就目前安徽市场来看,国美等五大家电卖场的销量占安徽总量的7成以上。  
何家信从行业的角度分析,此次论坛讨论的话题是“消费与安全”,就家电行业来说,这些年市场发生了巨大的变化,品牌相对集中、渠道相对集中,消费者的认同程度也都相对集中,在这种情况下,也对家电品牌带来不小的考验和挑战。  
特别是随着家电下乡政策



即将退去及房地产调控政策对家电行业的影响,家电消费中,产品的竞争愈发转向服务的竞争,安全、周到、细致的服务成为未来家电业竞争的制高点,也只有拿出好的服务,才能在激烈的竞争中占有一席之地。

## 中海宏洋地产(合肥)有限公司 副总经理 范勇

范勇首先介绍了中海地产的背景和取得的成果,称中海地产是中国海外集团房地产业务的品牌统称,是行业领先的全国性房地产开发商。2010年,中国海外在香港资本市场开创性地完成对一家港股上市公司的并购,该公司已正式更名为中国海外宏洋集团有限公司。中海宏洋专注于三四线城市活跃城市,以中高端住宅产品,具有综合用途的项目开发为主。  
范勇表示,经历30多年的品牌经营与实践,“中海地产”已发展成为中国房地产行业领导品牌,国家工商行政管理总局认定“中海地产”为“中国驰名商标”。  
他同时也谈到,从去年3月



来到合肥这片充满憧憬的土地上,其发展前景一直值得期待。同时,诚实守信、温文儒雅的徽商文化也与中海地产的文化诉求和文化气质十分契合,所以在一片土地上,相信中海地产能有更大作为。

## 合肥美的制冷产品销售有限公司 总经理 谢琦

在研讨中,谢琦表示,随着房地产调控政策对家电行业的影响不断加深,随着国家各项家电政策的离场,如何实现战略上的转型,如何实现家电行业二次腾飞,也是全行业思索的问题。  
他透露,美的集团的普遍共识是,转型最大的目的是为了满足不同层次的需求,消费者购买了产品,就意味着他们投了一票,家电企业需要想到的是如何回报他们。一方面,美的将加大研发投入,成立智能研究院,用最好的技术制造出最成熟的产品。  
好比空调这块,美的一直引领变频空调向前发展。另一方面,在提升服务上,美的建立了自己专门的呼叫中心,及时



迅速与客户进行沟通和回复,每年的电话费用都有几千万元,他们的宗旨就是为了追求消费者“满意”,而且是“非常满意”。谢琦表示欢迎消费者随时拨打美的的售后服务电话4008899315,接受消费者及社会各界的监督。

## 青岛海尔合肥中心 总经理 叶飞



## 格力空调经营部 部长 袁五毅



## 创维集团 安徽分公司总经理 何承银



## 长虹电器 安徽分公司总经理 杨金



## 康佳集团 合肥分公司总经理 刘飞



## 三星电子 经理 郑世滨



## 三洋洗衣机 经理 夏祥年



叶飞表示,2011年,海尔以907.62亿元的品牌价值荣登中国品牌价值之首。海尔集团高端品牌卡萨帝,2011年在安徽初试身手,市场份额进入行业前列。  
在叶飞看来,2012年是家电行业承上启下的关键一年,海尔与国美电器一直进行深度合作,并取得了很好的销售业绩,也获得了“最受消费者喜爱的家电品牌”荣誉称号,提升了国美电器的市场影响力,提升了国美品牌的美誉度。  
最后,叶飞对社会各界一直以来给予海尔的支持表示衷心感谢。“今后海尔一定会更加关注消费者的需求,会更好地服务广大消费者。”

2月14日,格力“变频空调关键技术的研究和应用”项目荣获国家科技进步二等奖。这是我国家电企业第一次获得这项代表我国科技发展水平的最高奖项。  
袁五毅表示,这一大奖是格力多年来重视科技,巨大投入下产生的,IHZ空调技术在国内处于绝对领先的水平。  
另外,袁五毅表示,格力空调又将举办“免费维修月”活动,自2002年起,格力空调已经连续在安徽全省范围内推广免费维修月活动20多次,十多万用户接受了这项服务,活动期间,格力将免去上门费、维修费等费用。  
袁五毅表示,格力走到今天,一直是以消费者为导向,今后也将会更加关注消费者的权益。

何承银一开腔使用了一个生动的比喻:企业像一棵树木一样,需要政府、企业及媒体共同的关爱和帮助。一直以来,创维在安徽就是这棵小树,感谢各方给予它的阳光和雨露。  
他认为,从彩电行业来看,随着技术的不断升级和进步,色彩更清晰,图像更立体,能耗也越来越小。在服务上,创维也一直十分重视,尽管与消费者要求还有段差距,但今后会一直坚持。  
创维集团是本土彩电大佬中唯一一家民营企业。近年来,创维的产品线一直在追赶IT潮流,多年前就推出了为电视内容服务的网站酷开网,去年推出了云电视,此次又推出了基于云电视的健康电视,创维称为“云健康”电视。

“很高兴参加这样的论坛,也感谢主办方创造的这次机会”,杨金表示,长虹电器一直围绕“消费与安全”练好内功,从产品和服务两方面提高综合竞争能力。  
他还透露,近期一批采用新型技术的长虹智能电视抵皖,首先亮相的是语音智能电视机,这种电视最大的亮点是语音换台和人机对答。“能高度识别中文,除普通话,安徽话、四川话、湖南话、粤语等都管用。”杨金介绍道,正是通过这样的新技术的运用,使得长虹产品的竞争力不断提升,也为消费者带来更多的家电购物体验 and 享受。  
此外,在服务上,作为老牌家电生产厂商,长虹一直孜孜追求,将优质的服务融入到人性化的产品设计、研发和生产过程中去。

刘飞表示,随着科技的进步,集中到电器的差异上,更大的往往不是质量,而是服务的理念。刘飞认为,康佳一直都坚持着自身的服务理念,不断加强管理,不仅向同行业的优质企业学习,也跨行业向地产、传媒等具有优秀服务理念的企业学习服务的精髓。经过淬炼,康佳将会继续按照“创新生活每一天”的经营理念,把企业的服务提高到一个新的高度。  
刘飞也坦承,彩电业的产品都不断升级,对服务也都十分重视,但是企业做的工作和消费者的要求依然有差距,这就要求企业要树立“消费者就是总裁”、“消费者就是上帝”的理念,不断完善服务,赢得消费者的认可。

在近日发布的一项统计数据中,三星手机也第一次在中国市场取得市场份额第一的成绩。  
郑世滨表示,虽然三星电子在国内的市场份额不断扩大,但三星电子在安徽的市场份额较小,以三星电子为代表的合资品牌在安徽大概只占到三成左右,而在江浙一带,这一份额可能达到六七成,不过也正是这个原因,合资品牌在安徽市场的增长空间十分广阔。  
2012年,三星“如意红”系列LED电视将陆续登陆全国三星卖场。郑世滨表示,红色彩电将摆脱以往彩电多为黑色的惯例,给予消费者更多选择,贴近消费,也将使得安徽的消费者能够第一时间领略到最新的科技魅力。

夏祥年首先感谢市场星报、国美电器及中海地产创造的这次机会,可以与各位同仁一起围绕“消费与安全”深入探讨。而这个话题,不管是家电制造商还是销售商都应该追求的问题。  
他认为,体现在家电行业中,作为贴近老百姓家庭的常用产品,安全性的考虑最让人关注。目前,家电产品从研发、生产及使用的安全性上,大部分知名家电品牌都不会出现太大问题,但除了给消费者提供安全外,家电业更应该为消费者提供延伸的附加值服务,未来能够提供低碳、环保、节能、健康的家电产品可能是消费者更重视的。因此,在服务上,三洋会继续推进,主动维护消费者合法权益。