

3C产品比价

(数据采集时间:3月28日 整理:刘兰兰)

手机	诺基亚 5230 WCDMA/GSM/ 非定制机 黑色 京东商城:898元 苏宁易购:899元 国美电器网上商城:868元
	HTC S510e WCDMA/GSM 京东商城:2449元 苏宁易购:2469元 国美电器网上商城:3099元
	摩托罗拉ME525+ WCDMA/GSM 3.7英寸 京东商城:1998元 苏宁易购:1998元 国美电器网上商城:1996元
电视	松下TH-P46UT30C 46英寸 3D等离子电视 京东商城:5897元 苏宁易购:5888元 国美电器网上商城:5788元
	索尼KDL-55EX720 55英寸 全高清3D LED 液晶电视 京东商城:10499元 苏宁易购:8999元 国美电器网上商城:8848元
	夏普 LCD-40LX330A 40英寸 京东商城:4299元 苏宁易购:4999元 国美电器网上商城:4688元

相机	尼康数码相机S4150 银色 1400万有效像素 京东商城:939元 苏宁易购:921元 国美电器网上商城:928元
	佳能 EOS600D EF-S 18-55mm f/3.5-5.6 IS II 京东商城:4999元 苏宁易购:4898元 国美电器网上商城:4899元
	尼康 D3100单反套机 18-55mm 京东商城:3899元 苏宁易购:3888元 国美电器网上商城:3860元
其他	九阳JYC-21ES55C 电磁炉 触摸感应按键控制 京东商城:209元 苏宁易购:239元 国美电器网上商城:209元
	亚都YZ-DS252C加湿器 5L四档加湿模式 京东商城:668元 苏宁易购:728元 国美电器网上商城:728元
	九阳豆浆机DJ12B-A11D 白色 京东商城:349元 苏宁易购:399元 国美电器网上商城:399元

资讯

微软诺基亚 注资研发WP

据国外媒体报道,微软和诺基亚联合注资2400万美元,用于新Windows Phone程序的研发。新项目将在诺基亚的家乡芬兰的阿尔卡托大学启动,取名为“校园应用”,对Windows Phone感兴趣的企业家及应用程序开发者可以通过参与该项目获得一定的奖励。(刘兰兰)

夏普在华新建彩色打印机厂

夏普公司周一宣布,其在江苏常熟经济开发区建立了第二座彩色打印机工厂,预计4月份投入使用,夏普在华打印机产能将增长60%。

至此,夏普在江苏已有两座打印机工厂,第一工厂已开始生产办公设备,新工厂将主要用来生产数字彩色打印机和彩色墨盒。部分产品将销往中国境外。(刘兰兰)

iPhone 4S 电信副卡用户可优惠购机

中国电信昨日宣布推出iPhone 4S副卡用户优惠购机的举措,优惠方案共分三档:即日起到4月30日,办理了189元合约套餐的iPhone 4S用户,其副卡用户可用七折的价格购买华为C8650+一部;办理了289元合约套餐的iPhone 4S用户,其副卡用户可用五折的价格购买华为C8650+一部;而办理了389元合约套餐的iPhone 4S用户,其副卡用户可免费获得华为C8650+一部。

iPhone 4S用户可为家人亲友免费办一张副卡,亲友之间可共享同一份超值套餐,共享话费、上网时长及各项优惠。(刘兰兰)

海外新品



iPhone 变宠物

日本万代公司近日推出给iPhone专用的套件Smart Pet,是一款结合了App与底座的有趣产品。Smart Pet的实物底座就是宠物狗的身体,与iPhone(也就是宠物狗的脸)连接后,可以通过App与触控面板来让它做许多有趣的动作。它会跑会唱还会卖萌,甚至可以换“脸”,拥有超过100种表情。售价7800日元。

声音



张亚勤 专利是核武器

高科技的企业还是有核心技术,要有专利技术,专利技术已经成为一个核武器,不仅仅是做主动性,还要做防御性。专利战略会成为中国企业的一个核心战略,如果来不及自己创新,去买、去借、去拿都可以。

微软全球资深副总裁张亚勤日前在IT领袖峰会上表示。



张向宁 苏宁早醒悟 京东无机会

所有的市场都是先入者会有先入的优势。在行业当中先知先觉的公司开始在上面做布局,然后就形成了一定的影响和用户的使用习惯,然后在新的领域影响和使用习惯就开始放大。如果你善于利用新的时代给你带来的机会,你就是新时代的霸主。你是苏宁,你是国美,还不是很快在电子商务时代被京东所超越了,如果当年你早点醒悟的话那有京东什么事呢?

天下互联CEO张向宁在接受采访时表示。

3C论坛

碰瓷营销为何在微博时代大行其道

碰瓷,是老北京人熟悉的一种讹诈方式。而在企业营销中,也有这么一类手段,通常是弱小企业主动发声,指控行业中比较强大的企业侵犯自身权益,在引起舆论关注后,企业的知名度也随之提高。

在过去,碰瓷营销的成本会比较高,因为那时候的舆论主体基本上传统媒体,碰到这种过于悬殊的实力对比和过于“匪夷所思”的指责,会在采写编辑的前期就予以判断和过滤。但在微博时代,这一过程会变

得成本相当低廉。

最近就有这么一次碰瓷营销的实例。一家名不见经传的做企业内通讯的企业,指责另一家在中国互联网无人不知的企业抄袭,同时要求道歉、赔偿、停止打压。在巨头召开研讨会时,这家企业在隔壁举着条幅写出了一些刺激性语句,被拍下照片后在个别网络媒体和微博流传。由于巨头实在太出名,任何对它的指责几乎都可以成为负面新闻的“潜力股”,因此这些微博和网稿获得了相当规模的转发。

在传统媒体时代,记者在获取信息的第一线,记者报题——编辑判断——上版出版是基本流程;而在微博时代,由于人人皆可上微博,媒体生产线上后置的那些环节仿佛也可以置于信息第一线。而媒体行业内普遍存在的漏稿恐惧症,使“微博上热传”成为“一定是重大新闻”的近义词。

实际上,上述那个实例,在传统媒体介入调查后,进攻一方很快暴露了自己逻辑上的荒谬:巨头公司在2001年即推出了企业通讯产品,发声指责抄袭的企业

却是在2010年才发布自己的产品,这是谁抄袭谁呢?即使这样,该企业碰瓷营销的目的已经达到。对那家巨头的指责根本不需要成立,只要传统媒体大量报道他们的名字,提高了知名度,就已经达到了他们的目的。

微博时代带来的信息快速流动,让一些媒体从业者慌了手脚,放弃了本来具有的审慎、专业而带来的权威性,被信息流挟持前行;微博时代的碰瓷营销之所以成本低、效益高,根本原因也在于此。

□阳森

莫让服务升级停留在口号上

从去年底开始,“家电寒冬”这个词就像乌云般,笼罩在家电制造业上空。不过笔者认为,寒冬未必一定是坏事,经过一段时间的疯狂扩张后,家电行业需要一段冷静期,来消化快速扩张时,业绩所掩盖的问题,比如售后服务。

最近几年,随着家电销售规模的爆发增长,家电行业的投诉量也居高不下。今年央视3·15晚会也披露,据统计,家电维修类投诉量排入各类消费投诉前十位。山寨维修队遍

地开花,收费不透明,企业售后服务跟不上且价格昂贵……在市场销售乐观的时期,生产企业为抢占市场份额,提升销售规模,顾不上完善这些“软设施”,不过当秋冬时节来临,市场销售萧条后,企业就开始琢磨在这些细节上下工夫。

本月,包括华帝、海尔、帅康在内的多家国内家电企业,纷纷高调宣布,将升级售后服务,提高服务标准。比如,华帝宣布将在全国投放2000辆服务

车,并承诺“今后凡用户报修,售后人员将在30分钟内作出回复。”帅康厨电则推出“米兰达法则”,宣称“用户有权拒付服务费”;万和打算增设服务中心和网点,松下电器则重建营销体系。

这还不算什么,有的企业直接战场见输赢。据业内人士爆料,一家空调企业刚谈好一个合作项目,另一家空调企业则马上登门造访,送上免费安装服务,虎口夺食。

对于企业的做法,行业

协会反应也很迅速。本月中国标准化协会就针对流通服务提出“七星标准”,对企业在售前、售中、售后全流程的服务进行打分。

企业的这些承诺如果真能落实到行动中,最终受益的是消费者。但根据以往经验,不少企业雷声大雨点小,以至于后来在各个环节出现扯皮现象。

企业和协会希望通过服务拉动营收增长的想法是好的,但切莫让服务升级仅停留在口号上。

□林其玲