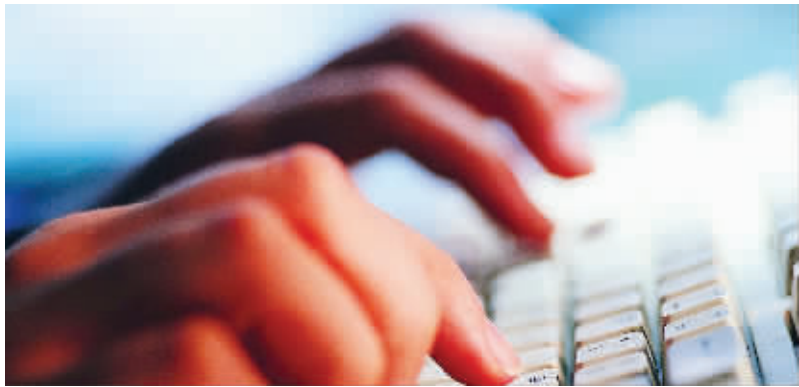


7月下旬是暑假的高峰时节,众多消费者特别是学生群体在这个时间段购买电脑。面对日益竞争激烈的电脑消费市场,专家提醒消费者去买电脑,必须要做好一定功课,了解部分不良商家的常用伎俩,谨防上当受骗。

□快报记者 徐勇

## 暑假正当时 专家提醒买电脑谨防猫腻



### 模糊配置赚取差价

当消费者提出要求时,往往会得到商家给出的一份配置报价单,上面会罗列各项关键硬件的型号和价格。但如果消费者细心观察会发现,每一项硬件的具体型号和规格都写得比较模糊,有的只有品牌名称,有的只有一个让人不知所以的数字。对此,有些商家会解释说消费者不是专家,对具体的硬件配置不懂,所以没必要写清楚具体规格和参数。这种说法有些道理,但也给了不良商家机会。众所周知,为了满足不同层次用户的需求,硬件厂商同一系列的产品往往会推出多个不同的型号,不同型号之间的差价少则几十元,多则上百元。而商家如果只介绍品牌,不说明具体型号,那就有可能以低配置产品卖高配置产品价格,通过价差牟取利益。

**对策:**消费者的确不是专家,没有必要了解每一项硬件配置的各种型号的价格水平。但可以在与商家谈单时让其写清楚配置单的具体品牌、型号、规格、参数,之后别着急出手,先回家上网查询这些硬件的大致价格水平,或者带着单子多走几家商户,货比三家,看同配置下谁的价格比较实惠,再做决定。

### 转型售机以次充好

有些聪明的消费者会在去珠江路前找专业人士咨询要购买电脑的具体参数和价格水平,这时候,模糊配置的做法就行不通了,商家往往采用的手法就是“转型”。转型销售即当消费者指明要某款机型时,商家一口回绝,称该款电脑缺货,转而向消费者推销另外一款机型,并表示这款机型性价比更高。实际上是否更高,估

计只有商家自己知道。另外一种方法是以次充好。消费者看准了某个配置的电脑,也和商家协商好了价格,但在验机的过程中,商家会将配件更换成低配置版本,并且在验机时一语带过,让消费者难以察觉。这其中组装电脑最容易动手脚,笔记本电脑因为集成度高,动手空间小,主要会在鼠标等外设配件上动手脚。

**对策:**一家没货不代表家家都没货,对于转型售机,消费者应坚持己见,多光顾几家同品牌商户,或者转向网络商城、家电连锁卖场等渠道寻找货源。至于以次充好,验机时一定要让商家比配置单上每一项具体参数,确认无误后再付款。

### 不开发票规避责任

到了付款环节,不少消费者都经历过这样的情况:商家询问是否需要发票,如果不要发票,电脑还可以再优惠多少元,或者送消费者耳机、摄像头等赠品以作补偿。又或者有些商家更为直接,如果消费者不主动索要,他们根本不会提发票的事情,结账时只给消费者开一张手写的收据。据记者熟识的一位经销商透露,这种做法在南京珠江路已经成为一种惯例,一方面不开发票可以逃税,另一方面如果机器出问题消费者找上门,没有发票也可以不认账,推脱责任。至于商家用直接优惠或者赠品来补偿消费者的花费,在避税和规避售后责任面前根本不值一提。

**对策:**购买电脑不仅是购买产品,也是为了购买其完整的售后服务,因此消费者不应贪图小利,为了几十元的优惠或者廉价的赠品而放弃自己享受的售后服务的权利,购机时一定要商家开具正规的机打发票,为日后的维权保留依据。

## 实现营业总收入402.39亿元,净利润22.08亿元 2011年上半年业绩激增六成 格力成最大赢家

2011年的空调圈格力出尽了风头,7月26日晚间,格力电器公布2011半年报。报告期内,公司实现营业总收入402.39亿元,同比增长60.03%;归属于母公司的净利润22.08亿元,同比增长40.37%;每股收益0.78元,同比增长40.37%,超出市场预期,行业龙头地位更加稳固。

报告指出,营业总收入和净利润的大幅增长,主要得益于国内外市场需求强劲,品牌效应与渠道优势日益显著,产品销售收入大幅增长。

### 1赫兹变频空调 引领行业潮流

凭借1赫兹变频技术及变频核心部件技术的全面掌握,上半年格力变频空调大放异彩。报告显示,上半年格力变频空调实现销售收入372.04亿元,同比增长61.86%。据知情人透露,格力变频空调的销量已经超过总销量的40%。2011年3月,格力电器对外宣布“格力变频空调一年免费包换”的服务政策,众多企业纷纷跟进,使得空调行业的整体水准得到了极大地提升。

### 布局美国市场 全球战略提速

2011年上半年,格力电器海外市场再次取得优异业绩。报告期内,格力电器实现出口92.91亿元,同比增长61.78%。

而就在一个月前,格力电器美国分公司在美国南加州工业市正式成立。作为全球最大的空调生产企业,格力空调产品在国际市场上畅销不衰,至今已经覆盖了全球100多个国家和地区。据统计,目前,格力在巴西每年销售自主品牌空调50万台,在美国自主品牌出口也达到150万台。

### 系统解决方案 主导中央空调市场

针对各个行业对制冷设备的具体要求及差异性,今年上半年,格力电器系统整合了新型高效离心式冷水机组、模块化直流变频热回收多联热水机、组合柜空调、机房专用空调等众多业内领先的创新产品与技术,将中央空调产品分为“地产住宅”、“商业办公”、“文体卫生”、“交通运输”、“工业生产”五大类,为客户制定最节能、健康和舒适的中央空调系统解决方案。凭借着“系统解决”的优势,格力中央空调在国内市场开疆拓土,加速其占领市场的步伐,成功中标京沪高铁、广深铁路等共计30多个火车站的空调招标项目,成为轨道交通领域的最大空调设备供应商。据暖通空调传媒机构发布的中央空调调研报告显示,2010年格力中央空调以9.6%的市场占有率,成为国产中央空调第一品牌。

快报记者 王翌羽



搭载真空科技,智能领“鲜”“食”刻

## 真空0°C 西门子新鲜革命体验

近日随着气温的持续提升,人们在享受夏日时令蔬果的同时,愈发关注食品的保鲜问题。随着现代人对健康品质生活的不断追求,人们对夏季食物的保存要求也由简单的防止腐败变质提升到留住新鲜口感、杜绝营养流失。今年夏天,西门子家电携全新真空零度保鲜科技的新品冰箱,掀起了冰箱界的最强劲“新鲜革命”浪潮。

### 真空x0°C = 极致新鲜

当西门子冰箱以0°C生物保鲜技术树立了行业标准后,全世界的冰箱科研人员都面临着新鲜技术的瓶颈:0°C之后,新鲜的下一步路在何方?但短短几年后,西门子又一次用“真空”科技赋予了“新鲜”更极致的含义。众所周知,是细菌的繁殖破坏了食物的新鲜,并最终导致腐败变质,因此,抑制细菌繁殖就成为保鲜的根本方法。而当食物处在低压、低温、无氧的环境下,绝大多数细菌就彻底失去了赖以生存的环境,食物的保鲜期得以加倍延长。西门子真空0°C保鲜技术的推出,实际上确保了食物在最大程度上保留住最原初的新鲜。南京医科大学曾用最易腐坏的三文鱼做样品进行实验,14天后真空0°C保鲜冰箱中的三文鱼细菌含量是西门子普通0°C冰箱的

1/3,是对照冰箱的1/140!

### 真空舱 + 保鲜室 = 双重新鲜

冰箱内的真空0°C保鲜舱采用了高效真空泵,快速抽离空气,实现舱内的真空环境;更搭载精准、便捷的密封系统,确保真空度的准确无误。所有海鲜、肉类都可以在精密尖端的真空技术下保持最鲜嫩滑的“原鲜”状态。而冰箱内的高湿度0°C生物保鲜室,最高湿度可达90%,最适合果蔬的保鲜,低温高湿的生态环境,避免了营养与水分的流失,牢牢锁住原汁原味的鲜。从此你的新鲜可以在各自的最佳环境中静待你的召唤。

### 时尚外观设计 视觉新鲜享受

除了技术上的绝对领“鲜”,西门子冰箱对生活品质的尽善尽美,也在使用体验上实现了革命性突破。无论是轻松自如的一键式开启按钮,抑或是LED清新照明系统和LCD触控面板,处处流露出西门子的人性化设计。在外观上,这款冰箱更是将西门子的经典设计理念发挥到极致,推出了温润珠韵白金门、日光湖影白玻璃门、璀璨星光黑玻璃门三款殿堂级设计,契合不同家居风格,为家居生活凸显不凡品位。

这样创新的产品足以让热爱品质生活的你为之动心不已吧!还等什么?就让西门子真空0°C保鲜冰箱为你开启夏日新鲜之旅吧!



真空科技 捕获新鲜  
西门子真空零度保鲜冰箱

西门子家电  
The future moving in.

SIEMENS

### 西门子真空零度保鲜冰箱,

以突破性科技,智能化人性设计和令人艳羡的时尚外观,将您的新鲜渴望,一一捕获。



真空零度保鲜  
零度保鲜  
小型专业酒柜  
直冷三循环  
LCD电脑智控  
双动态冷却  
四星级冷冻  
智能速冻速冷  
定时冷冻  
室温显示