

◎问企业

尊贵电器有限公司副总经理胡庆生：

产品质量管控是家电下乡关键

本报记者 丁少将

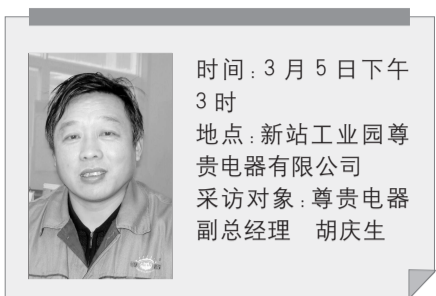
在合肥市的北部，有一个名叫新站的工业园，安徽尊贵电器有限公司就坐落在那里。因为家电下乡，3月5日，《中国电子报》记者一行两人来到了这个规模并不大的冰箱企业。“政府得民心，企业得发展，百姓得实惠！”家电下乡的推行让这个规模不大的企业如此感叹。

加紧生产中标产品

从合肥市市区驱车30分钟，记者来到了位于新站工业园的尊贵电器有限公司。与很多企业不同的是，尊贵电器并没有独立的办公大楼，而是将行政管理部门与生产车间设置在一起。在紧邻车间的办公楼里，记者见到了尊贵电器有限公司副总经理胡庆生。

“只要有时间，我和陈总(尊贵电器总经理陈广友)都会在生产线上转悠。”没有穿西服、没有打领带，身穿普通蓝色工作服的胡庆生告诉记者，“这里离生产线比较近，方便我与一线员工交流。”

两年前，即便是在安徽，尊贵冰箱也并



时间：3月5日下午3时
地点：新站工业园尊贵电器有限公司
采访对象：尊贵电器副总经理 胡庆生

不为人所熟知。然而，主攻三、四级市场的尊贵冰箱在发展的过程中却遇到了一个契机——家电下乡。“通过参与家电下乡，不仅带动了尊贵产品销量的增长，而且提升了品牌知名度。”胡庆生说。

在产品展示厅里，记者看到尊贵电器已有11款产品中标家电下乡。胡庆生告诉记者，现在尊贵冰箱每天的出货量超过2000台，工人们正在紧锣密鼓地加紧生产中标产品。

“我都来了一个多星期了，怎么还提不到货啊？”在胡庆生带记者去参观车间的路上，一位来自佳木斯的大货车司机拦住胡庆生问。“我们现在正在抓紧生产，你去找一下销售部负责人，让他尽快解决一下。”胡

庆生客气地说。记者从办公室二楼向外望去，的确看到有十几辆大货车正排着队等待装货。

“在家电下乡的推动下，与去年同期相比，尊贵冰箱的内销量增长了6倍。国际金融危机冲击了不少大企业，导致它们要裁员过冬，不过我们在春节之后却扩招了500名员工。”胡庆生说，“目前，公司的4条冰箱生产线都在满负荷生产，生产的产品有70%是家电下乡产品，几个月后，家电下乡产品至少要占90%。”

质量管控是关键

在胡庆生的带领下，记者参观了尊贵冰箱的生产车间。一路上，胡庆生向记者强调最多的两个字就是“质量”。“企业参与家电下乡，不仅要考虑经济效益，更要考虑社会责任。”胡庆生说。

记者看到，虽然整个生产车间并不大，员工也不多，但每个流程和环节对质量管控都非常严格。在原料摆放区，胡庆生指着一捆上面写着“鼓包”的PCM彩板(连续辊涂彩色钢板)说：“对这些质

量不合格的原材料，我们会及时退货。”

走到蒸发器组装区，胡庆生随手拿起一根蒸发器向记者介绍起来。“国内一些大的冰箱企业为了节约成本，蒸发器都用铝制品，但尊贵的蒸发器全部使用纯铜，没有一个焊点。如果客户发现冰箱有内漏现象，尊贵将为其重换一台，此外还奖励500元。尊贵在关键原材料上全部采用名牌产品，比如冰箱蒸发器的贴膜采用的是3M公司的产品，其价格比普通国产产品贵了3倍，但有效保证了质量。”胡庆生说。

除了在原材料上管控质量之外，尊贵在产品检测方面也不惜重金。胡庆生告诉记者，尊贵特意从德国进口了价值100多万元的检测仪器，并建立了数个实验室，投入的资金超过1000万元。

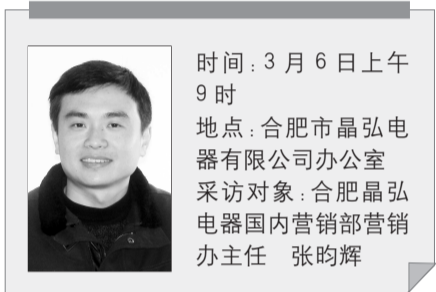
当然，尊贵也有自己的省钱之道。记者在车间里看到，冰箱的门封、LED(发光二极管)灯、板材等配套工序都直接在车间内部完成。“尊贵冰箱的不少零部件都是自己做的，这减少了我们的采购和运输成本，保证了产品的市场竞争力。”胡庆生说。

合肥晶弘电器国内营销部营销办主任张昀辉：

借家电下乡东风开拓国内市场

本报记者 左延鹏

在国家多项惠农政策以及新农村建设的推动下，我国农村居民的生活水平不断提高，这使得晶弘冰箱对农村家电市场的前景充满了信心。“今年我们要借家电下乡的东风，大力开拓国内市场，并在出口、内销两个市场双管齐下。”合肥晶弘电器国内营销部营销办主任张昀辉说。



时间：3月6日上午9时
地点：合肥市晶弘电器有限公司办公室
采访对象：合肥晶弘电器国内营销部营销办主任 张昀辉

时候需要冷冻大量肉食产品，因此喜欢购买大冷冻室的冰箱。”张昀辉表示，“针对上述农民需求，晶弘冰箱着重进行了产品改进：适当加大了冷冻室容积，通过过硬的制冷系统匹配技术，充分发挥压缩机的制冷量；采用复叠式蒸发器设计技术，增大了蒸发面积，使冰箱具有更强大的急速冷冻能力；通过严格的制冷系统优化设计，减少冰箱开停机温度波动。”

为了保证送往农村市场产品的质量，晶弘冰箱质量部的工作人员有意识地加大了对下乡产品的抽查频次。张昀辉表示，针对家电下乡产品，品质部成立了家电下乡专供产品质量跟踪小组，加大了质量检查频率，并设立了专项奖励基金。

用条形码监管家电下乡产品流向

为保证家电下乡产品的渠道畅通，公司的渠道建设进一步下沉，在所有投标区域设立办事处，使得管理平台下移，以最小的管理半径来服务销售市场。“公司利用专业的业务经理服务市场，做到一县一人服务农村消费者。在一些商场公司配备专职导购人员，以便更好地服务顾客。在投标市场，公司共拥有12个办事处、1009个经销商、998个服务商，并在每个分部设立家电下乡专项负责人。”张昀

辉介绍。

目前，晶弘在投标地区设立了物流平台，实现了仓储和配送的专业一体化。通过与专业化、综合化的物流商合作，晶弘冰箱的二次配送网络延伸覆盖到全国所有县城和人口较为集中的乡镇。

“在整个家电下乡工作中，我们还有一套市场监督系统——成品条形码管理系统。”张昀辉告诉记者，“通过成品条形码项目的成功实施，晶弘公司实现了从产品生产入库到客户每一个环节的监控。”

据了解，目前晶弘冰箱出厂产品的条码可以实现和家电下乡产品标识卡卡号的一一对应。公司向家电下乡经销商发的货，都能够在条形码信息管理系统中得到反馈。如此，对于每一台发给客户的家电下乡产品，晶弘公司都可以准确、及时地将预销售的数据(条形码编号、客户代码)录入到家电下乡信息系统中。

◎看网点

肥西电器城经理周正菊：

根据农民喜好代理品牌

本报记者 丁少将

肥西县位于合肥市西南，下辖11个镇、5个乡。拥有15万人口的上派镇是肥西县城所在地，其中农业人口占据一半以上。3月5日，合肥下起了蒙蒙细雨，驱车半个小时，记者来到了距离合肥市区17公里的肥西上派镇。

农民喜欢大品牌

在来肥西县之前，记者从有关方面打听到，尽管肥东县是合肥市家电下乡启动仪式的举办地，但肥西县是目前合肥市家电下乡工作开展最好的地区。

虽然家电下乡工作在合肥开展不到3个月，但在上派镇，记者看到家电下乡产品经销网点的布局已经成型，不大的上派镇上已经有10几家家电下乡产品指定销售网点，肥西电器城就是其中一家。

“家电下乡对我们来说肯定是好事情，对提升我们的销量很有帮助。”肥西电器城经理周正菊告诉《中国电子报》记者，“目前，我们这每天能卖4、5台家电下乡产品，春节高峰期每天能卖6、7台产品。”

据记者目测，周正菊经营的电器城大概有100平方米。在店里面，记者看到很多有关家电下乡的标识。周正菊告诉记者，肥西电器城销售的家电下乡产品为美菱冰箱、三洋洗衣机和TCL彩电，空调和手机目前都还没有销售。

“现在农民对品牌也比较看重，都喜欢买知名品牌的品牌，所以我经销的产品都是大品牌，不会卖杂牌产品。”周正菊说，“空调的招标结果刚刚公布，我们还没来得及销售；手机的销售利润不高，而且买的人也不多，所以现在我们还没有销售的打算。”

大概是雨天的缘故，在记者采访的过程中，并没有农民前来购买家电下乡产品，不过进店的顾客都会主动咨询家电下乡产品，销售人员也很热情地向他们讲解。

需提高产品档次

在店里面，周正菊打开了电脑，向记者演

示家电下乡信息录入系统。记者看到，已经录入信息系统的记录有53条，标明“已补贴”的大概占到1/3。对此，周正菊解释说，除了已经录入的记录之外，大概还有几十条信息尚未录入。至于还有不少农民还没有拿到补贴款，她表示这是因为一些农民对补贴手续不是很了解，往往带不齐材料而耽误了补贴款的领取；还有部分农民尽管正在申领补贴款的过程中，但电脑上还是会显示“未补贴”。

在售后服务方面，周正菊表示，网点会提供送货上门服务，如果产品出现质量问题，她会联系相关厂商派专业的维修人员上门维修，或者让农民将产品带到指定的维修网点进行维修。不过，从目前反馈的情况看，销售的产品基本没有出现质量问题。

在谈到发票问题时，周正菊表示，经销网点实行的是包税制，如果要开家电产品销售发票，需要到税务部门另行购买发票，这意味着经销网点要交纳更多的税款，从而减少了销售利润。记者了解到，在上派镇，包括肥西电器城在内的不少经销网点，目前其发票都由家电厂商代开。周正菊认为，这种做法不是长久之计，厂商不可能给每个经销网点开发票。

除此之外，周正菊还特意向记者强调，农民朋友其实也需要一些高档产品，比如在子女结婚的时候，就需要买一台中等尺寸的平板电视，而目前他们还不能通过家电下乡政策买到合适的产品。

记者感言

经销商倾情本地大品牌

由于家电下乡在合肥开展的时间不足3个月，因此家电下乡产品销售的绝对量并不是很多，但从销售量的增长情况看，还是很不错的。

记者发现，家电下乡生产企业与经销商已经形成了紧密的合作关系，在产

品宣传、售后服务等方面都在密切合作。在家电下乡大背景下，经销商对经销产品品牌的选择更为挑剔。本地品牌尤其受到经销商的欢迎，而那些虽然中标但知名度不高的品牌，经销商往往没有太大的积极性去销售它们的产品。

合肥市肥东县撮镇镇和谐电器经理夏育水：

下乡产品要满足农民多样化需求

本报记者 左延鹏

记者从市区赶到撮镇镇和谐电器的時候已经是下午3点了。店员告诉记者，半小时前一位老乡刚买了家电下乡的冰箱，老板出去送货了。半小时后，老板夏育水风尘仆仆地回来了，他热情地握着记者的手说：“家电下乡在合肥实施以来，店里热闹了许多。现在大家普遍感觉家电下乡产品线太短了，希望空调、热水器和电脑等产品能够尽快下乡，满足消费者的不同需求。”

期待大尺寸液晶尽早下乡

撮镇镇位于肥东县南部，是肥东县南部水陆交通重镇。值得一提的是，合肥家电下乡启动仪式就是在该镇富民街举行的。

夏育水在撮镇镇上有两家门店，总经营面积在200平方米左右。夏育说，像他这样的经销商在镇上共有三四家。

“我们县的工业企业众多，镇上的农民朋友具有一定的消费能力，大家对平板电视特别感兴趣，很多老乡到店里来想选购一台32英寸以上的大尺寸液晶电视，可惜我这里的只有19英寸和26英寸两个规格，在尺寸和款式上难以满足他们的需求。”夏育水说。

“从价格上看，2000元左右的洗衣机和冰箱比较受农民消费者的欢迎，三门以上冰箱和波轮洗衣机的中高端产品拥有较大的市场潜力。”夏育水告诉记者。他建议，在家电下乡推广的过程中，应该把一些中高端产品推向农村市场，以帮助农民进一步提升生活质量。此外，目前家电下乡中标产品型号和

◎探农户

记者感言

要满足农民的多层次需求

在肥东县、肥西县，记者眼中的农村与之前想象的农村并不一样，记者看到的农民与之前想象的样子也有区别。无论是在撮镇镇，还是在上派镇，农村的面貌都令记者不禁感叹：新农村建设成果是如此显著！

记者在采访中发现，农民对家电下乡政策比较熟悉，部分农民的经济收入足以支持他们购买性能更好、档次更高的产品，如电脑、大尺寸平板电视、汽车等。在调研中，我们也的确发现有不少农民提出了这样的要求。

记者希望，家电下乡在丰富产品品类的同时，能够适当提高产品档次，以满足新农村建设成效显著地区农民的需求。

选购本地品牌



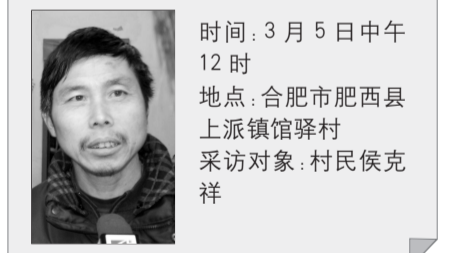
时间：3月4日下午16时-17时
地点：合肥市肥西县撮镇镇
采访对象：宣坝村村民 宣山周

今年2月份，俺村的夏清丰在家电下乡活动中以769元的价格买了一台21英寸的海信彩电，在肥西县撮镇镇财政所领回了100元的补贴。这次听说洗衣机也下乡了，真是太好了，我就特意前来买台洗衣机。我们这里冬天洗衣服，手冷得很。现在家电下乡政府给补贴，一台全自动洗衣机才1200多元钱。

之所以选择三洋洗衣机，第一它是我们合肥市自己的企业，维修和安装会很方便；第二是村里有人使用过三洋洗衣机，都说产品质量可靠，价格也很公道。所以，我选择洗衣机就直接奔三洋洗衣机柜台去了。卖三洋洗衣机的老板很负责，半天时间就为我送货上门了。我准备等过半年后攒够了钱，再换一台26英寸的液晶电视。

家电下乡一年前我就在电视上看新闻知道了，现在我切身感受到这个政策给农民带来了实惠。这项惠民政策真的很不错，农民过去想买却买不起的家电，现在能买了；过去可买可不买的家电，现在下决心买了；过去可晚买的家电，现在可以早买了。

期待中高档产品下乡



时间：3月5日中午12时
地点：合肥市肥西县上派镇馆驿村
采访对象：村民侯克祥

家电下乡这个事我很早就听说了，不过之前我们这里一直没有实行。去年12月，我在报纸上看到家电下乡在合肥开展的消息，正好我女儿马上就要结婚，于是决定去镇上买一些家电产品。

前天我去镇上买了一台美菱冰箱，价格是2299元，补贴后的价格不到2000元，还是很实惠的。不过，由于我带的证件不全，没法在经销商那录入信息，所以现在还没有领到补贴款。

家电下乡产品还是比较全的，美菱、三洋、荣事达、TCL这些大品牌都有。手机我早就有了，现在还没有买的必要，如果真要换的话，我会选择诺基亚的产品。

其实，我这次还想多买一些家电产品，特别是想买一台液晶电视。女儿结婚不能太寒酸，至少要买一台36英寸的电视，不过我在镇里的经销商处了解到，目前36英寸的液晶电视还不是家电下乡的产品，没法得到政府的补贴，所以现在推迟了购买的时间。我希望政府能把大尺寸液晶电视也列入家电下乡产品的目录中，让需要买高档产品的农民也能得到实惠。

