

格力实名举报 奥克斯称欢迎监督

市场监管总局消协纷纷回应,行业分析人士称竞争有利于消费者

■天府早报记者 冷宏伟



格力实名举报奥克斯生产销售不合格产品事件,在短短的时间内引起了轩然大波。10日下午,格力电器在官方微博上公开发布了一封举报信,称竞争对手奥克斯空调生产的多款空调产品实际能效值与其标称的差距较大,涉嫌严重违法,故向市场监管总局举报。随后,奥克斯迅速发表声明,称格力的行为为诋毁,属于不正当竞争,已向公安机关报案,并将向司法机关起诉。

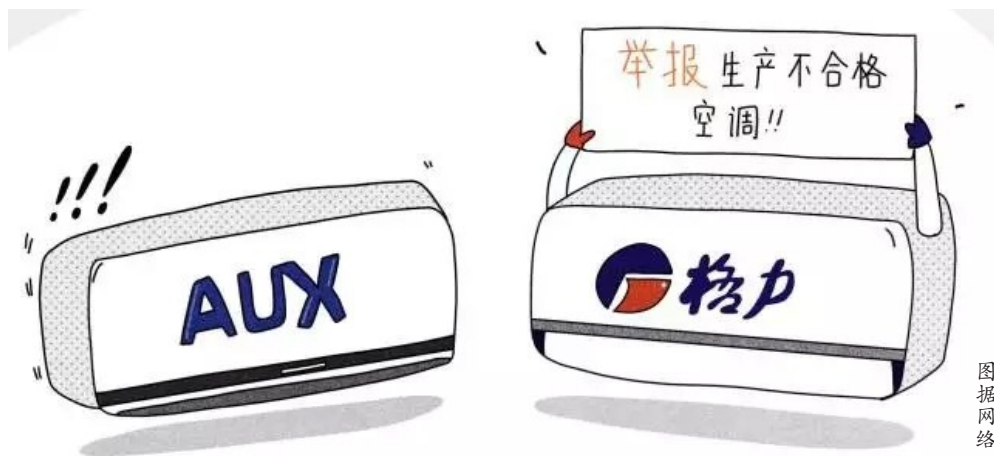
当日晚间,国家有关部门介入此事,一方面国家市场监督管理总局已通知地方部门调查,另一方面中国消费者协会也表达了关切。

事件

格力奥克斯隔空喊话

6月10日,格力电器在官方微博上发布了“奥克斯生产销售不合格空调产品的举报信”,同时还@中国市场监管和国家发展改革委。格力电器称,经格力电器实验室实测,奥克斯部分型号空调产品与其宣传、标称的能效值差距较大。经委托有专业资质的第三方机构检测验证,检测结论与格力电器的检测结论一致,能效比和制冷消耗功率的检测结论均不合格。

随后,奥克斯空调给予了强力回应。奥克斯表示,针对格力电器的诋毁,愿意接受广大消费者和国家相关部门监督



图据网络

检验。对于格力的不实举报,已向公安机关报案,并将向司法机关提起诉讼,依法保护公司合法权益,维护市场正常秩序。

之后,格力电器在其官方微博称,“用事实说话!我们已准备好充分证据供监管部门调阅,并视情况适时向社会公布。”紧接着,奥克斯的微博也更新了一条信息,“郑坚江说:欢迎监督,共同营造民族品牌质量声誉。”郑坚江为奥克斯董事长。

当日晚间,国家市场监督管理总局发微博表示,注意到格力电器《关于奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品的举报信》。“我局对此高度重视,已于当日下午通知浙江省市场监督管理局对有关情况尽快进行调查核实,将依据调查核实的结果依法依规做出处置,并及时向社会进行公开。”

11日上午,据中国消费者协会官网消息,中国消费者协会也关注到这次事件,该协会有关负责人表示,此事关乎产品质量和消费者权益,中消协对此高度重视。“我们注意到,事件已经引起广大消费者的担忧和不安,也引起有关监管部门高度重视,我们期待尽早给出结论。同时呼吁相关经营者始

终树立‘消费者优先’理念,为消费者提供品质可靠的产品和服务,保障消费者合法权益。”

追溯

双方恩怨由来已久

格力与奥克斯之间的恩怨由来已久,其中备受争议的莫过于挖人、挖技术的话题。与此同时,在专利侵权等方面,格力与奥克斯之间也已经发生了多起起诉事件。就结果来说,目前奥克斯是输多胜少。

早在2015年8月,格力电器就以奥克斯公司生产的某系列空调产品侵犯其3件专利权为由将其诉至法院,广东高院作出终审判决,认定奥克斯公司侵权成立,应立即停止销售侵权空调产品并赔偿格力电器经济损失230万元。

2017年11月,格力电器诉奥克斯侵犯格力电器专利权,请求法院判令奥克斯立即停止侵权并要求奥克斯赔偿格力电器经济损失及合理使用费用4000万元。

2018年4月24日,在第18个世界知识产权日来临之际,广州知识产权法院对格力诉奥克斯空调专利侵权案作出一审判决:宁波奥克斯空调有限公司

侵犯珠海格力电器股份有限公司的空调技术实用新型专利,需立刻停售侵权的八个型号空调产品,并赔偿格力经济损失4000万元,这一判决金额也刷新了空调行业专利诉讼案赔偿金额的最高记录。

不过,2017年7月,奥克斯空调起诉被格力掌门人董明珠誉为“划时代产品”的画时代空调侵犯专利权。最终,宁波市中级人民法院认定“画时代”产品并不划时代。格力需向奥克斯赔偿经济损失1000万元及制止侵权所支出的合理维权费用43万余元。

产业经济观察家梁振鹏称,目前国内空调市场,格力和美的均占30%以上,海尔占10%左右,奥克斯属于二三线品牌,市场份额一直徘徊在个位数。市场研究中心中怡康今年2月份数据显示,当时格力、美的、海尔品牌空调市场份额之和将近80%。

影响

行业竞争加剧 有利于消费者

值得注意的是,格力同时发布了8份检验报告,检验报告中的产品型号规格与此前格力举报的型号一致。检验报告显

示,检验机构为四川电子产品质量监督检验所,样品生产地址为浙江省宁波市。8份检验报告的检验结论均为,样品所检项目不符合标准要求。

据悉,标注能效不是推荐性国家标准,是强制性国家标准,所以虚标能效是违法行为。能效比符合国家最低三级标准才能生产和销售,连最低等级都不符合,则不可生产和销售,而虚标意味着生产的产品为虚假伪劣产品。也就是说,如果格力举报的情况属实的话,奥克斯有可能面临罚款,重则要承担刑事责任。

对于双方的隔空对战,行业分析人士表示:“这是在房地产增速放缓情况下,行业竞争加剧的表现。”并称竞争有利于消费者。

另有家电分析师表示,同行监督未尝不可,在充分竞争的市场是常态,有助于行业整体净化和进化,清者自清,消费者最希望看到的还是产品质量的保证。

网友声音

调查结果尚未出炉,格力、奥克斯两家“开战”,网友却已经开始“吃瓜”。

有网友称,该来的还是会来,给大家敲警钟,便宜的一级(能效)真的是一级么?自己想吧。

但也有站奥克斯一方的网友,称奥克斯和格力几乎配置一样了,只是有些地方需优化,比如噪音有点大,可是价格却比格力便宜的多,“格力敢不敢把价格下降一半到奥克斯水平?”

还有网友翻出了董明珠的演讲:“你不用格力,你就是傻瓜。”

还有网友戏称:美的美的,坐享渔翁之利。(中新)

京东为Apple用户提供一对一服务

本报讯(记者 冷宏伟)作为在行业占据领先地位的高端品牌,Apple的一举一动都备受瞩目。6月11日,记者受邀走进位于京东在成都设立的Apple线上“上手无忧”服务中心。据了解,“上手无忧”服务是2018年京东与Apple达成的重点服务项目,是双方为购买京东自营Apple产品的用户免费提供一对一个性化的产品设置教学服务。此

外,目前京东也是全球首家对苹果iPhone品类产品提供“上手无忧”服务的电商平台。

据了解,“上手无忧”服务是京东向购买自营Apple产品的用户提供的支持服务,集网络语音、视频演示等多媒体工具于一体,通过创新的交互方式,直观、简单、高效的与用户进行30分钟的一对一私人设置服务,通过个性化服务、互动式教学、可视化沟通等服

务,真正帮助用户实现“一入手,就上手”。记者当日在现场体验发现,不同于传统的在线与电话服务模式,该服务通过网络语音、视频播放等多媒体工具,只需要简单的几步对话、视频引导,就可以实现iPhone产品的开箱、激活以及其他问题咨询等流程。

值得一提的是,为了保证客服团队的专业性,该团队的客服均从京东内部选拔而来,

需首先经过京东Apple自营旗舰店供应商客服长达几个月的培养后,参与至少3轮面试,并在通过专业培训及厂家认证后才能够录取。

京东Apple服务部负责人表示,今年初在北京、天津、湖南、重庆、四川五地针对iPhone品类的试点取得了良好进展,“目前我们已在全国开通iPhone品类‘上手无忧’服务,后续还将开通更多的品类服务。”

创新发展消费新场景 百胜中国亮相成都创交会

本报讯(记者 冷宏伟)6月10日,2019成都全球创新创业交易会(以下简称“创交会”)在成都拉开帷幕,应成都市政府的邀请,百胜中国控股有限公司(以下简称“百胜中国”)作为餐饮行业的创新先

锋,亮相此次创交会。当日,成都市人民政府与百胜中国共同签署战略合作框架协议。

此次创交会以“新经济 新生态 新场景”为主题,以新的视野、新的思路从多个维度全方位交流展示当下的创新发

展。记者看到,在此次创交会上,百胜中国携手旗下肯德基、必胜客品牌,让现场公众感受不一样的就餐体验。肯德基在创交会现场精心打造了“KI体验中心”,让消费者从点餐的那一刻起,就能够体会到自助点

餐、刷脸支付等基于Cloud和移动技术的互动;作为西式休闲餐厅品牌,必胜客在现场的体感投影点餐也受到消费者的热捧。菜单直接被投影到墙上,通过体感手势可以直接进行点餐,既新奇又方便。

腾讯云8.7亿中标 成都市智慧绿道

本报讯(记者 张茹)近日,腾讯云、腾讯产业投资基金、东华软件和华体科技的四方联合体以8.7亿元中标成都市“智慧绿道”项目。

据了解,成都将建设长度500公里、面积133平方公里的锦城绿道和沿线的商业综合体、园林、特色小镇等设施,进而铺开城市“绿色网络”,以此打造美丽宜居的公园城市。

绿道建成后,出行的市民在出游前,就能通过一部手机提前熟悉景点状况,规划好旅游线路;在旅游过程中,游客可以通过手机做场馆线上预约,告别排队拥挤、等待时间长等状况,然后通过订制地图,快速导航游览各类景点,从线上到线下,充分体验成都本土的绿道文化、体育、商业和农业等服务。而针对商家,“智慧绿道”将助力各商家实现智慧管理,帮助线下商家引流获客,通过游客大数据分析,帮助企业商家并针对不同游客制定合适的营销活动。