

# 虚假宣传夸大功效 净水器市场有点乱

随着人们对水质要求越来越高,净水器渐渐成为家居新宠。2016年,我国净水器销售额为203亿元,其中线下销售额为40.5亿元,同比增长51.7%。但是,在市场火爆的同时,也暴露出一些问题。

## 质量屡不过关

家住北京市朝阳区的张强,在逛过净水市场后有点犹豫了:“这家产品卖价不过百元,另外一家却卖近5000元,外表看着差不多,实在分不出好坏。”近日,记者走访市场后发现,净水器品牌众多,价格悬殊。其中,最便宜的

一款售价只需196元,直接安装在龙头上使用;最贵的一款为中央智能净水机,售价近万元。

为吸引顾客选购,商家还打出活性、富含氧离子等健康概念,“美容”“祛斑”“可抗癌”等宣传屡见不鲜。除了价格混乱,净水器的质量一直在遭到质疑。质检总局曾对全国33家企业的净水器进行抽查,发现竟有四成不合格。中国家用电器研究院健康家电分析测试中心主任鲁建国表示,国家质检总局从2014年起,先后组织了3次国家监督抽查,结果显示,净水器合格率均不超过70%,在家电行业属较低

水平。

业内人士冯先生也向记者爆料,说一台2800元的RO净水机,拆开看后发现,配件为出厂价一支1.8元的熔喷滤芯,一支3块钱的压缩活性炭滤芯,还有两支不超过3.5元的颗粒活性炭滤芯,及一个60元的RO膜。

## 行业缺乏强有力监管

鲁建国认为,价格虚高、乱报功效等现象背后,暴露了净水器行业的几大问题。一是有标准,难执行。目前有GB/T30307国家标准和QB/T4143、QB/T4144行业标准,标准

是有了,但未被广泛采用。多数企业总是想方设法绕过标准要求,有的企业以不知道为由,不执行标准。

二是有监督,难覆盖。目前净水器行业正处于多而散的状态,虽然国内净水器品牌有4000多家,但能成为全国性品牌的屈指可数。在行业繁荣的背后,受利益驱动的大量小企业存在,无形中加大监督和执法的难度。

三是有技术,难辨别。净水器最大的问题是体验性差,消费者凭外观、价格很难分辨出好坏。尽管有净水检测机构,但数量少,价格贵,企

业不愿检测,以至于有些产品不符合标准要求也都上市销售。

四是消费者青睐国外品牌的心理,给了部分不法商家可乘之机,打着“洋名”旗号牟取暴利。

## 滤芯应定期更换

鲁建国说:“有的厂家说自己的净水器可去除99%的杂质,能制造磁化水,或有某些保健功能。这些说法大多是营销噱头,缺乏科学依据,消费者需谨慎选择。”挑选合格的净水器,鲁建国给出了几个建议。

一是查看证件。要看

经销商销售证件是否齐全。二是了解水质。水质好的地区,选购过滤净水器即可;水中含氯、味道重的污染严重地区,可选购反渗透净水器。三是看过滤物。我国北方高硬度水质和南方石灰岩地区,水中钙、镁离子含量较高,应选购带离子交换树脂滤芯的高级过滤净水器。水中含氯、异色异味较重的地区,可选购活性炭载量较多的家用净水器。四是看废水率。要看净水器是否有国家认可机构的检测报告,是否标有详细的生产厂家以及净水器废水率。相似的净水器,尽量选择废水率低的。(据《生命时报》)

## 奢侈品电商“淘汰赛”进入下半场

近日,国内首家女性奢侈品销售电子商务平台良物珍品已宣布,将出售公司51.41%股权,实际控制人也随之发生变更。而此次易主,也折射出奢侈品电商普遍的生存危机。业内普遍认为,在经历了奢侈品电商倒闭潮后,幸存下来的奢侈品电商纷纷转型,由单一的奢侈品销售变为多种类商品,可以说,行业的淘汰赛还在延续。

据悉,良物珍品的收购人尹美兰现任天津自贸区米兰驿电子商务有限公司监事。后者主营业务为国际一线、二线奢侈品销售,为良物珍品供应

商。在此次收购后,尹美兰成为良物珍品实际控制人。据公开资料,良物珍品在2013~2015年内持续亏损。在2016年上半年,良物珍品亏损已达到2948.9万元,亏损幅度同比增加74.1%,负债率也由2015年上半年的26%迅速攀升至86%。

事实上,尽管近期各大奢侈品品牌开始纷纷拥抱电商,但目前国内奢侈品电商平台境况却并没有大众想象中的红火。奢侈品电商从2010年开始兴起,最火爆时行业内存在超过100家奢侈品电商企业。然而后来,因竞争白热化以及盈利难等

问题,包括尊享网、品聚网、佳品网、呼哈网等奢侈品电商纷纷倒闭。

“奢侈品电商曾经是个比较火的话题,但后来有点熄火了。”亿动力网首席知识官叶志荣表示,“现在奢侈品电商还是在一个探索发展期,要有大的突破,仍然需要一些先决条件,比如收入水平、货源保障、品牌支持等。”

叶志荣分析:“奢侈品电商与品牌合作这个坎,现在都还没有跨过去。所以单纯要从商品上实现规模发展,还是有难度的。电商平台还是要依靠服务去赢得消费者信赖。”(据《北京商报》)

## 接入银行存管的网贷平台不足一成

银监会设定的一年监管过渡期只剩下4个月,接入银行存管的P2P网贷平台数量占平台总数仍不足一成。据网贷之家研究中心不完全统计,截至3月29日,全国共有266家P2P网贷平台与银行签订直接存管协议,占P2P网贷行业正常运营平台总数的11.39%。其中,有153家平台完成直接存管系统对接并上线,占P2P网贷行业正常运营平台总数的6.55%。

去年8月底,银监会发布《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》,规定网贷平台必须将资金进行银行存管,并为平台作出了12个月过渡期的安排。

今年2月,银监会发布《网络借贷资金存管业务指引》,明确提出只有银行能做存管业务,不允许非银机构参与,并明令禁止多头存管。

业内普遍认为,在过渡期内,网贷合规整改工作的重中之重就是上线银行存管业务。江西银行科技金融部总经理周再华表示,P2P平台资金存管与其他金融存管不一样,其主要特点是必须要有系统对接,对平台和银行双方的



技术都有要求。“目前全国正常经营的P2P平台有2000家多家,上线存管的不到200家。正常情况下,全国所有银行每个月大约能上线50多家平台,照此推算,到今年8月也就上线300至500家。”他说。

(据《经济参考报》)

## 今年空调市场主打智能

从4月份开始,空调将正式进入销售旺季。今年的促销活动,智能空调的优惠幅度较大,而各大品牌之间较量的主角则是智能空调。

南宁消费者赵先生在选择空调时发现,往年以价格吸引人的促销手段,今年鲜少看到,取而代之的是购买智能空调能够享受更多实惠的政策。智能空调是在空调中植入了智能芯片以实现高精密算法,从而实现精确控温控湿、自我修复保护,甚至可以实现联网控制以及更好的人机交互等功能。

《2016年度中国智能空调市场白皮书》显示,2016年,国内智能空调销售量同比增长10.7%,占整体空调市场销售量的19.2%。空调产业会很快进入全面智能化时代,今后几年,国内智能空调市场规模将会有个放量增长过程。2017年,主流厂商将加快提升智能空调定制化产品在市场中的占比,提高产品品质,服务于消费者追求高品质生活的智能应用将成为最显著特征。

以往到了空调销售旺季,价格战此起彼伏。

但这两年,由于政策环境的变化、上游原材料价格上涨等因素,空调价格战已不再是营销的主要手段,进入智能时代。业内人士透露,2016年冷年结束,空调库存仅剩2600万套左右,削减库存数量达1800万套。虽然目前行业库存依旧比往年平均值要高,但库存对企业造成的威胁已大幅缓解。此外,原材料价格上涨,空调品牌价格下降空间也被大幅压缩。对于消费者而言,应更加注重产品价值,实现从舒适性到享受型的过渡。

(据《南宁晚报》)

## 信用债发行遇冷

今年以来,债券市场频频遇冷。统计显示,今年已有133只债券推迟或取消发行,规模高达1213亿元。业内专家表示,债券市场利空因素日渐增加,在杠杆套息模式生存空间被极大压缩的同时,今年债市扩容速度或大幅减缓。

WIND资讯统计数据显示,截至3月29日,今年以来推迟或取消发行的债券数量达133只,较去年同期的116只增加14.7%,是2014年、2015年同期总和的1.5倍以上。规模方面,今年以来推迟或取消发行的债券规模高达1213.4亿元,

较去年同期增加34.7%,是2014年、2015年同期总和的两倍以上。同时,推迟或取消发行的债券数量、规模均呈现逐月攀升之势。

受此影响,信用债市场发行规模大幅下滑。数据显示,今年1~2月,信用债市场发债规模1.2万亿元,还不到去年1月的发债规模,与去年同期的2.1万亿元相比降幅逾60%。

“前两年市场流动性宽松推动债市持续走牛,对不少发行主体来说,发债比向银行申请贷款更省钱。随着债市去杠杆和流动性收紧等政策风向转变,发债的成本优势不再

明显,不少企业转而寻求银行贷款。”一位机构人士向记者表示。

兴业银行首席经济学家鲁政委在接受记者采访时表示:“相比近期高企的债券利率,不少企业转而走银行贷款融资。近来同业存单火爆的原因有多个方面,比如由于我国公开市场操作直接对接的是一些国有大银行,而中小银行只能以同业存单的形式通过国有大银行来间接从央行‘取水’。还有一种情况是,由于担心未来同业存单发行被管制,不少机构近来提前扎堆发行。”

(据《经济参考报》)