

国内发展不够成熟网上难寻家电大卖场 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/207/2021_2022__E5_9B_BD_E5_86_85_E5_8F_91_E5_c40_207102.htm如今，网购已成为一部分新新人类的重要消费方式，而近来，家电网购也人气渐增，一直热衷于在网上购书、买盘、聊天、交友的麦子为何会有如此评语呢？记者恰巧要为家里添置一台电压力锅，却也诸事缠身忙得不可开交，于是决定亲历一次网购家电。虽然整日挂在网上，但网络购物对记者来说还颇为生疏，除了图书，记者还没有网购过其它东西。因此，定下了网购的宗旨后，记者便轻车熟路地直奔了当当、淘宝等几家以售书闻名的网上商城，只是这次进入的是家用电器部。不过记者在厨卫电器分类名单中并未找到电压力锅。于是又在商品搜索中键入“电压力锅”一词。别说，还真搜到不少，而且各品牌的产品都有。但仔细看看，却发现，这些商品价格虽然比卖场里便宜不少，但大多是网上商辅出售的产品，看看卖家所在地，广州、上海、郑州……可谓是天南海北，而且这些卖家大多还要求先付款，再发货。再看看“云淡风清”、“雨中花”，甚至是“精品服装店”等五花八门的卖家名字，记者犯了犹豫，一旦产品有问题，可找谁去呢？想了想，还是觉得有实体的卖场网站靠谱儿，而且这些卖场们也曾热热闹闹地宣传过他们的网上业务。于是记者又去逛了逛大中、苏宁、国美等网上商城，但其中有一家开通一年多的商城似乎还正在建设中，商品种类还不是很丰富，而且页面设置还显得有些简单。点开电压力锅类，上面只有两款产品，价格也与卖场差别不大。另外两家的网页看起来则要诱人得多，

不仅商品品种丰富，中外品牌也比较齐全。但当记者点开电压力锅一栏时，却发现产品信息只有简单的型号和图片，想要查找价格等详细的信息还要先注册成为会员。东西还没决定买不买，先得办各种手续，记者没了耐心。笔者又在GOOGLE上以“家电、网上商城”为关键词搜索，发现了由中国电子视像行业协会主办、由品牌家电厂商进行直销的网上商城品牌家电网。点开网站首页，记者首先注意到了内容为“品牌家电网所售家电均由知名厂商直接销售，进入本网站直销的企业均经过资格审核，非品牌企业不准入驻，厂商所有行为均由厂商信誉担保，敬请用户放心购买。”的公告。再看栏目的设置，与记者购书的经验倒很相符，最新拍卖产品、新品上架、团购活动等各类最新资讯都可以在首页找到，而产品搜索既可以按产品品类查找，也可以按品牌、价位等关键信息查找，记者粗略数了一下，网页上列出来已经进驻的网站有50多个，其中包括创维、海尔、夏新、厦华、夏普、松下等。网页上还醒目地标出了品牌企业送货上门、货到付款的字样。记者又在厨卫家电一栏中点击“电压力锅”一词，一组产品信息立即跳了出来，不仅有产品型号、图片、报价等，点击详细信息还可以查到关于产品的详细介绍及生产商的介绍，而且价格的确比卖场里便宜一些。记者又拨打了网站的服务热线，接线员告诉记者，用户一旦订货，将由厂家直接进行配送，并随货提供正式发票，享受退换货、赠品和折扣等，所有售后服务和在大卖场购买的货没有任何区别，享受全国联保。而且在该网上购买的家电出现了任何问题，不但可以直接在网上报修，还可以通过传统的渠道电话报修。在付款方面，除划款、汇款、转账外，省市区内

相关区域消费者也可选择货到付款的方式。笔者终于为口袋里的银子放了心。按照网站的提示，注册为用户，并下了订单。但让笔者感到美中不足的是，这里出售的电压力锅的品牌只有两家，虽然也是知名品牌，但对于喜欢货比三家的女同胞来说，似乎不如在现实中的大卖场逛起来过瘾。随着生活节奏的加快，像女友麦子和记者这样的网购用户群正在迅速壮大，网民们大多盼着网上也能开出国美、苏宁那样的家电大卖场。近年来，众多家电制造商、渠道商以及专业电子商务网站也纷纷试水网上销售，网络似乎成为家电行业的一块新大陆。但网络购物交易方式的特殊性以及监管上的困难导致了与传统的消费相比更多的不确定性。数据显示，虽然有不断创新的诚信认证和支付监督保驾护航，2006年中国互联网消费投诉仍然同比增长1.1%。同时，各方力量主办的销售平台也均有欠完善处。业内专家指出，相比国外的电子商务，目前国内的发展还不够成熟。消费者心理的改变需要市场的不断培养，网购家电平台只有给消费者提供更加实惠和放心的选择，才能逐渐得到消费者的认可。专家预计，随着网络信息技术的发展、网上支付方式的健全和网络消费观念的成熟，网购将有望实现大幅度的增长，并有可能演变成为一种主要的购物模式，因此谁利用好这个渠道，最先办出网上家电大卖场，谁就有可能把握住市场先机。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com