

格力奥克斯互掐背后的空调江湖

“举报战” 格力电器：奥克斯产品不合格

10日16:10左右,格力电器官方微博突然发布了一封《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》,并@了国家市场监督管理总局和国家发改委。

格力电器在举报信中称,众多消费者此前曾向该公司反馈奥克斯空调价格便宜但耗电量很大的意见,经该公司实验室(获得CNAS认可,具备检测资质)实测,奥克斯空调股份有限公司生产的以下型号空调产品与其宣传、标称的能效值差距较大。格力电器称,经该公司委托有专业资质的第三方机构检测验证,检测结论与其检测结论一致,能效比

和制冷消耗功率的检测结论均为不合格。生产销售此类产品不仅严重侵害了消费者的合法权益,对国家节能减排环保政策以及市场公平竞争的良性秩序也造成了巨大破坏。

格力电器列出的奥克斯产品具体型号包括:KFR-25GW/NFW+3、KFR-35GW/NFI19+3、KFR-25GW/ZC+2、KFR-35GW/HFY+3、KFR-35GW/NFW+3、KFR-25GW/NFI19+3、KF-26GW/NFA1+3、KFR-35GW/ZC+2等8个型号。格力以KFR-25GW/ZC+2为例,标称能效比3.59(达到国家二级能效标准),第三方实测值仅为2.68,远达不到3.40的国家二级

能效标准,距离3.20的国家强制性标准也有较大差距。不排除其他在售型号也存在类似问题。

举报信还称,目前,上述产品仍通过主流电商平台及实体店销售。据奥维云网公布的中国空调电商市场零售额TOP20机型排行榜数据统计,仅KFR-25GW/NFW+3、KFR-35GW/NFW+3两款机型产品2018年线上零售额就高达16.71亿元,销售量近百万台套。

为此,格力电器称,根据《产品质量法》第十条、《标准化法》第三十五条规定向市场监管总局举报,如相关行为涉嫌构成《刑法》第一百四十条生产销售伪劣产品罪,请移送公安机关依法追究刑事责任。

“专利战” 董明珠：奥克斯天天在格力“挖人”

过去几年,格力和奥克斯之间的“专利战”不断。

2017年6月,格力电器向广东省高级人民法院起诉奥克斯。格力电器称,奥克斯的30余款仍在销售的产品侵犯格力一项名为“上下接水盘、底壳一体化”的专利,请求法院确认奥克斯侵权并判决赔偿1.1亿元。

2018年4月,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:奥克斯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。

在另外3个案件中,格力的起诉被驳回。还有2个案件中,奥克斯制造销售被诉空调的行为被法院认定构成侵权,且奥克斯构成举证妨碍责任。

对于这封举报信,格力电器相关负责人告诉记者,“奥克斯频繁、恶意侵犯格力电器专利权,抄袭格力电器的自主创新成果,仅2017、2018两年,奥克斯就被法院判决侵犯格力电器6件专利权,其中已终审判决4件,赔偿额530万元。已一审判决2件,赔偿4300万元。一审未开庭案件1件,诉讼标的额1.1亿元。”

同时,奥克斯方面也有起诉。2017

年7月份,奥克斯在市场上发现,被董明珠誉为“划时代产品”的画时代空调侵犯专利权,于是将格力告上宁波市中级人民法院。最终,法院宣判:格力立即停止制造、销售、许诺销售侵权的画时代空调,并销毁库存侵权产品;格力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4.3万余元。

除了控诉对方侵权之外,格力电器方面还曾表示,自2010年至今,奥克斯公司通过各种不正当方式挖走格力电器300余位研发、质检等部门的核心骨干人员。

在今年1月的临时股东大会上,董明珠就表示:“奥克斯天天在格力‘挖人’。”

“空调战” 行业竞争激烈,线下机会越来越少

在中国的空调市场,格力和奥克斯的名声都很响亮。

据前瞻产业研究院数据显示,2018年线下空调市场,格力、美的、海尔分别以37.6%、24.5%和11.5%的市场份额位列一线阵营;海信、奥克斯则分别以5.8%、3.8%的市场份额位列第二阵营。

但是,空调行业竞争激烈,线下机会越来越少。于是,奥克斯走向了互联网电商新零售的路子,通过减少中间环节,拉低空调价格,以更低的价格赢得

市场。据奥维云网的统计数据,2018年前22周,奥克斯空调线上产品均价为2714元,低于3029元的行业线上均价水平。

2018年,奥克斯一跃成为线上空调市场的销售冠军。虽然线下销售份额不高,但奥克斯还是以整体超过海尔233万台的成绩,进入了前三。

2018年“双十一”期间,奥克斯更是以3分钟销量过亿,30分钟成为天猫“双十一”期间唯一一个进入“亿元俱乐部”的家电品牌。

董明珠曾经多次在公开场合直言,电子商务对格力的威胁不大,也不屑于发展电子商务。但是,为了进一步完善公司销售渠道,促进线上销售额度增长,更好地推广公司新兴产业产品,格力电器在今年4月专门修订了《公司章程》,在经营范围中增加电子商务业务,并鼓励员工通过微店微商的方式,去大力推广销售格力电器。

对于这次举报,家电行业观察人士张彦斌表示,从时间节点上看,格力是在“618”前夕对外公布举报。“618”对于“互联网直卖”模式的奥克斯来讲非常重要。

本报综合消息



炎炎夏日,国内两家空调生产企业开始“隔空对战”。继去年向奥克斯发起巨额索赔创下国内家电行业专利侵权索赔最高纪录后,在今年“6·18大促”来临之际,格力电器再度出击,10日下午,格力电器突然通过官方微博发布了一份举报信,举报奥克斯生产的8个型号的空调产品不合格。

同日,奥克斯空调在官方微博发布声明称,格力既非消费者又非国家监管部门,其声称消费者向其举报奥克斯产品问题,明显不合情,不合理,漏洞百出,属“明显的不正当竞争行为”。奥克斯空调还表示,针对格力的不实举报,已向公安机关报案,并将向司法机关提起诉讼。

格力电器则回应称: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。

数据显示,在线下空调市场,格力的市场份额为37.6%,是国内最大空调品牌,而奥克斯的份额只有3.8%。然而,奥克斯最近几年线上销量猛增,成为互联网空调销量第一。借助线上销售,奥克斯迎头赶上。与此同时,格力电器和奥克斯之间官司不断,打起了“专利战”。

国家市场监督管理总局注意到珠海格力电器股份有限公司《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》,对此高度重视,已于10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。

新华社北京6月11日电 退张电影票有多难?电影票不能退改签理由成立吗?一些霸王条款为什么迟迟改不动?记者近日展开调查。一些专业人士建议,针对电影退票纠纷相关部门要明确“退改签”的具体规定,保障消费者合法权益不受侵害。

电影票退票有多难?

——临时有事?“明明白白”退了。
记者近日通过某App购买两张电影票,随后申请退票被拒,拒绝理由为“已告知不可退”。经过仔细查看,原来在付款页面有“退改签通知”,提醒不支持退票、不支持改签,提醒字体为浅灰色,不仔细看很难发现。记者调查了解到,无法退改签、缺乏事前提醒或提醒信息不醒目等情况在线上、线下影片销售平台并不鲜见。

——影院过错?“按规定”也退了。
北京消费者王先生近日在大地五彩城CGV影城观影。晚上八点半,电影开始放映。而当电影放映一半时,画面突然卡停、黑屏。随后,观众得知因机器烧坏,电影无法继续播放。影院称,“票不能退,按照规定,每人可免费再看一场,但为表歉意,现场观众每人可看2场。”

几番沟通,该影院负责人表示,票根后面的规定写得很清楚:“如电影因故障停映,该场次观众凭票根可转签一周内任意时段同类型影厅观影一次。”一旦购买、持有或使用票根皆被认为接受条款。而王先生说,自己为了看这场电影,推掉了其他安排,现在票都不能退。最终王先生也没能

退掉电影票。

——要退票,上法院?
一位调解过退票纠纷的市场监管部门负责人告诉记者,根据合同法相关规定,影院因设备故障未能成功放映电影,构成单方违约,应该满足消费者退款的合理要求。而记者注意到,如果没有监管部门介入,消费者与影院自主沟通难以达到退票目的。

2018年,四川省消费者委员会公布的

退张电影票有多难?

——聚焦电影票退改签“霸王条款”

消费维权案例中,有一些电影放映故障后经有关部门调解退赔的案例。而广州市民朱先生因影院未能成功放映电影且不退票,将影院告上法庭,最终胜诉并获赔电影票价格和交通费共48元。“退一张几十块钱的票要找政府监管部门,甚至上法院起诉才解决,这样的维权成本显然太高,也影响了消费者维护自己的合法权益。”北京君合律师事务所合伙人罗永强说。

影响票房所以退不了?

记者将退票难的情况向中国电影发行放映协会反映,负责影片放映故障处理的马姓负责人称,目前对于因影片质量问题而要求的退票情形,国家尚未出台具体规

定,行业协会也没有退费补偿措施。“票根上的规定多为影院自行规定,如果不满意可继续向中国消费者协会反映情况。”

上述涉事的一家影城负责人则解释说:“影片已开播后,即便放映故障也不可退票,消费者购票钱均已向相关部门交税,如退票,会出现偷税漏税的问题,相关部门不允许。”

这样的说法是否成立?北京一律师事务所律师周兆成认为,影院向消费者退费

后,如已经缴纳相应税费,影院仍可以向税务部门办理退税手续。

一些影院负责人坦言,如果大家都随意退票,那不仅会降低电影的票房,还会影响影院其他电影的排片,从而直接影响到影院的收入。业内人士透露,出现放映故障后,许多消费者不仅仅提出退票,还会借此提出停车费、打车费、时间成本等一系列补偿要求,因此一般不做退票或者赔偿处理。

对此,北京君合律师事务所律师芦云认为,退票就是解除合同,影院单方面任意限制消费者退票权,不具备合法性。“影院方如因放映事故构成合同违约并对消费者造成其他损失的,还应向消费者赔偿,但该内容在票根背后的承诺上并没有体现。”

退不了的电影票该怎么“改”?

2018年9月,中国电影发行放映协会发布了《关于电影票“退改签”规定的通知》,要求各院线、影院投资公司、影院在与第三方购票平台签订电影票代售协议时,要明确“退改签”规定。但记者注意到,该通知给予各影院自主裁量权,要求满足消费者知情权,而对退票具体情形未做统一规定。

深圳市消费者委员会5月15日通报了深圳市《电影票退改签标准》,该市首批有20家影院代表签署了自律规范承诺书,表示将落实该标准。该标准根据消费者“退改签”时距离电影放映的时间,实行“阶梯式”退费:24小时以上免收“退改签”手续费,2至24小时收取不高于票价10%的手续费……

深圳市消委会副总监熊汉东说,影院方主要担心恶意刷片,增加人工成本,影响二次销售。出台此标准的目的是积极保护广大消费者的合法权益,改变一经售出概不签的“霸王”现象,进而建立标准,规范行业;标准采用阶梯式,既便于影院灵活操作又保护了消费者。

中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江建议,考虑到退票的特殊性和影院整体的运营秩序,行业协会可参照火车票“退改签”规定,制定一个根据时间段的退票规则,依据退票时间收取比例不等的退票手续费,兼顾行业和消费者的利益。同时,行业协会要明确电影票“退改签”规定,防范误导消费者或实施不正当竞争。