

“神马”不是浮云，高端家电马年火了

需求升级成为高端家电抢滩海南市场新契机



■本报记者 张靖超

2014年，高端家电在海南家电市场表现令众多家电企业所瞩目。记者近日从国美电器了解到，去年高端家电在琼家电市场份额占到约20%，比2013年翻了一倍有余。

家电行业增速回调的大形势下，消费升级衍生出来的高端家电消费需求正成为家电行业最大的红利。



高端家电成为新增长点

海南美都家电执行总经理陈德松表示，当前，我省家电市场正进入以更新换代为主的新消费时期。随着生活品质及审美水平的提升，消费者已不仅满足于传统家电基本的使用功能，具有“高科技技术含量、人性化功能及时尚外观设计”的高端家电产品消费需求呈上升趋势。

日前发布的《2014高端家电消费者调查分析报告》显示，在高端家电产品中，智能化、功能化也是明显趋势。

陈德松称，自2013开始，消费者对高端家电的需求越来越旺盛，所占市场份额每年的增速亦是可观。

“3年前，高端家电初入海南市场，美都曾引进三星的一台70寸4K彩电，售价达10万元，我当时对高端家电也没有清晰的认识，一度怀疑其销售前景，但没想到这个型号的彩电却非常受消费者欢迎，随后此类彩电纷纷在海口各大家电卖场上架销售。”从事家电行业20余年的陈德松回忆说，自此之后，诸如此类的高端家电逐渐成为各家电

卖场的市场重点，而在我省家电行业增长已趋于平稳的态势下，目前已成为各卖场所看好的新的增长点，为争夺市场份额注入了强心剂。

乡镇市场表现惊艳

高端家电在海南市场的抢滩登陆战中，苏宁海口地区管理中心总经理祝大志惊奇地发现，曾被认为购买力较弱的乡镇市场却显现出一股令人意外的活力。

据祝大志介绍，高端家电的消费者多集中在海口与三亚等地的高端住宅及置业等客户群，这部分人群对环境配置有其个性化需求，并追求超前的科技感和时尚感。但是在乡镇市场中，购买高端家电的消费者所占比例却远高于海口及三亚。

“一方面是由于我省乡镇居民收入在近年来有显著提升，购买力有很大提升，二来乡镇消费者对家电的需求为刚性需求，生活环境的改善也刺激着越来越多的乡镇居民对高端家电产品的购买欲望。”祝大志认为，乡镇居民的所居住房屋多为自建房，甚至是别墅等高档住宅，如在购买彩电时，便会考虑到房子面积较大等情况，选择大尺寸、高清屏幕的彩电。

对此，陈德松深有同感。在他看来，随着进城务工人员数量的增多，使得省内越来越多的人能够认识并使用到高端智能家电，加之近年来大型家电卖场实体店在全岛布局的推进，并对越来越多的乡镇农村形成辐射影响，也为高端家电上山下乡提供了便利。

“目前的高端家电多向智能化、人性化及前沿化发展，尤其是远程智能控制等功能的加入，也使得在外工作的子女能够帮助居住在乡镇的老人使用并操作高端家电，这促进了高端家电收到越来越多年龄层消费者的欢迎。”陈德

松说，“据我们此前的市场调查显示，同类品牌中，由高端家电功能差异而产生的差价其实并不多，以电视为例，是否是4K电视，会产生约1000元的差价，若都是4K，但只是缺少某项功能，如感应控制等，则差价仅有几百元。而购买高端家电的人群，其购买力强，对于千元以下的差价往往并不在乎。”

本地消费者青睐洋品牌

据国美电器海南区域市场部负责人胡明松介绍，高端家电这一细分市场上，近年来国内外品牌均加入市场混战，据其观察，最受我省消费者青睐的则多是三星、LG、海尔旗下品牌卡萨帝等品牌。

“在高端家电的国产品牌当中，除海尔旗下品牌卡萨帝外，虽然诸如创维、海信等国产品也有着很高的性价比，但是在工艺设计、产品材质方面，三星、LG及海尔卡萨帝略胜一筹。”胡明松说，高端家电是为满足对生活品质要求较高的人群而设计、生产的家用电器，因此多数购买者对外观等方面也有较高的要求。

据陈德松介绍，对于高端彩电，消费者的要求必须是4K高清、带有WIFI功能，有更高要求的还对音响效果、感应控制和尺寸有要求，在这一方面，国产品牌几乎能够与洋品牌形成势均力敌的竞争，如夏普、康佳等品牌也非常受本土消费者欢迎，价格多在3万元以上。

“不同品牌的高端家电，价格差异相对较大，甚至可达到几万元，因此也就造成上述三大品牌的高端家电售价略高，但即使如此，仍不妨碍这三个品牌占据最大的市场份额。”胡明松认为，究其原因，高端家电的购买者，对价格的考虑因素较小，主要是智能化、人性化等方面主导着选择购买行为。

一周市评

无聊的“僵尸”群当别则别

当下，因为工作、社交、学习等各种需要，不少人加入了几个甚至几十个微信群。伴随着微信群里群友的信息狂轰乱炸般袭来，身边越来越多的人不堪其扰，想退出，但又碍于面子，硬撑在微信群中。难以割舍，恐怕还是因为我们常常把群当做一种“或许有用”的资源，虽然不看，但总觉得那些朋友在那里，或许哪天会对自己有用。

但事实上，正如专家所说的，“微信群不是人的连接，而是关系的连接。”没有关系的连接，即使出现在同一个微信群里，这种连接也是死的。那些活跃的微信群，是因为之前就有接触或有价值关系，“道不同不相为谋”，微信群让有关系的变得关系性更强，互动性更深，而不是凭空捏造关系，也不是有了人，就一定能建立关系。

人是社会的动物，只要有群体的地方，就有际关系。不论现在的人际关系是实体还是虚拟，一切规则都还在。当群越多，网络信息愈加碎片化。而人越多，关系链的质量被降低。且从手机内存上来说，那些大多数我们几乎从未看不完，甚至有的连看都不看的群，耗费了我们大量的流量，使手机变得更卡。

所以，也是时候和那些“僵尸”一样的微信群说再见了。



蔡佳倩

行业动态

文化部将建立手游动漫黑名单

去年底，文化部下发了第22批违法违规互联网文化活动查处名单，重点整治含有宣扬色情、赌博，违背社会公德等违法违规内容的手机游戏和网络动漫。日前，文化部公布了查处结果。经相关地区文化市场综合执法机构依法查处，共有9家网络动漫经营单位、13家网络游戏运营单位受到行政处罚，10家动漫网站被关停。

经查，上海炫际网络科技有限公司(“同步推”)、北京百度网讯科技有限公司(“百度应用”)、北京当乐信息技术有限公司(“当乐网”)、北京奇虎科技有限公司(“360手游网”)等13家单位违反《网络游戏管理暂行办法》的规定，在其运营的手机(网络)游戏平台上提供《欢乐扎金花》《欢乐有诈》等含有宣扬色情、赌博、暴力、违背社会公德等内容的游戏产品，并依法作出没收违法所得、罚款等行政处罚。

文化部文化市场司相关负责人介绍，今后文化部将继续严惩内容自审不尽责的企业，督促其承担应尽的社会责任。同时还将建立健全“黑名单”制度，根据违规次数、违规情节等因素，对网络文化市场实施分类监管。对屡犯不改的企业，将依法加大处罚力度，直至吊销其营业资质。

(据人民邮电报)

去年家电业完成利税逾1400亿元

日前，中国家用电器协会发布的一系列2014年度运行数据显示，2014年全年家电业完成利税总额1407.3亿元，利润总额达到931.6亿元，分别比去年增长19.5%和18.4%，这是中国家电协会连续第三年对外发布年度运行数据。

根据中国家用电器协会综合国家统计局的数据，我国家电业2014年主营业务收入为1.41万亿元，同比增幅达到10%。2014年家电业出口额为581亿美元，增幅为5.2%，其中大家电出口额为231亿美元，小家电出口额为259亿美元，零部件出口额为91亿美元。

2015年是“十二五”规划的最后一年，中国经济“新常态”使得家电业面临比以往更大的挑战，全球经济依然面临诸多不确定因素。中国家用电器协会秘书长徐东生指出，随着中国家电业转型升级的持续深化，以技术创新为主的发展动力进一步增强，可以预见，2015年中国家电业主营收入增速有望保持在8%，实现“十二五”规划1.5万亿元的发展目标。

(据人民网)



版面联系

蔡佳倩 18608978135
张靖超 18689937782
王艺 18608986288

家电小贴士

年底家电怎么清洁？

临近农历春节，按照传统的习俗，几乎家家户户都要在年前做打扫，准备清爽度过春节。

除了洗窗帘被罩、擦玻璃外，家电也是清洁的一个大项，但怎么才能安全、彻底地清洁大家电？这期家电小贴士为大家进行解答。

空调

清洗空调，一定要全面彻底，不能仅做表面工作。首先要做的是关掉电源，用干布擦空调外壳的污垢，而后是内部清洗阶段。一般，清洗空调内部时，只会注意滤尘网，而忽略了滤尘网后面的散热片，其实这是细菌和灰尘的重灾区，因此在清洗时需要重点注意，可以选用专业的空调清洗剂清洗。最后，在一个晴天时，将空调设置为“送风”状态，运行3到4个小时，让空调内的湿气彻底散发。

冰箱

在清洗冰箱前，要切断电源拿出所有食物，用温水搭配清洗剂清洗内部的隔网罩、玻璃板等，然后用清水洗净、风干。然后就是除臭、除菌。冰箱内的食品摆放其实很有讲究，剩饭剩菜要覆盖保鲜膜，生熟食品分开放置，食物之间摆放不宜过密，这些都可实现除菌、节能，此外把柠檬、柚子皮等放进冰箱可以达到除臭的效果。

洗衣机

好多家庭对于洗衣机是一用到底，坏了才会换新的，而从未进行过清洗，这样的做法，会使洗衣机变成了细菌传播媒介。洗衣机的清洗其实并不难，购买除垢剂，然后按照除垢剂与水1比2的比例配制，将配置好的除垢剂倒入洗涤剂添加盒中，通过洗衣机的运转即可完成清洁。

(据搜狐网)

由工业和信息化部电子信息司指导、中国电子信息产业发展研究院主办的首届中国好手机盛典日前在京举行，主办方发布了《2014中国好手机年度报告》，指出2014年是国产手机进一步巩固市场份额，并从规模运营向利润运营转型的关键之年，国产手机已经成为中国手机市场的中坚力量。2015年，上述趋势将持续发酵，中国手机市场将出现低端机市场更多血战、中高端产品更多机会、线上市场更多精彩等特点。那么，海南手机市场“机遇”几何？本报记者在海口各大手机卖场展开调查。

中端手机占据市场最大比例

据海南米井通信技术有限公司负责人介绍，2014年，我省手机市场，价位在1200元至1500元之间的中端手机占据了最大的份额，达45%，500元以下的低端手机占据约15%的比例。

“这是一个不寻常的变化。以往，价格区间在700元-800元之间的低端手机销量最多，占据全年市场份额约50%。”米井负责人说，从2014年上半年开始，情况开始呈现两极分化，1000元至2000元内的中端手机和500元以内的低端手机逐渐成为热门。

米井负责人告诉记者，500元以内的低端手机在2014年向乡镇市场下沉，一则由于乡镇居民对手机功能、配置的要求不高，二则由于购买力不足。而占据市场份额最大的中端手机，已成为城市手机卖场内的热门。

此外，合约机也促进中低端手机抢占市场。王者创通设备有限公司市场部负责人艾建军认为，销量最多的合约机多为1500元以内的中低端手机，得益于三大运营商充话费送手机等活动，很大程度上促进了合约机的销售。

国产4G手机备受省内商家青睐

从3G向4G的跃升是2014年中国手机市场最好的换机理由，也是最重要的推进因素。2014年是4G正式商用的第一年，也是国内手机从3G向4G转型的重要一年。虽然3G手机仍是2014年我省手机销售的主力，但4G手机的爆发性增长势不可挡。

据了解，在2014年，2G手机占据15%的市场份额，4G手机和3G手机的

比例基本持平。据艾建军介绍，目前3G手机已处在清库状态，而4G手机的进货量则占据当下总进货量的80%。

在4G手机市场中，国产品牌的表现令省内商家刮目相看。

艾建军称，2014年，多年徘徊在低端的国产3G智能手机品牌齐发力，在海南中高端手机市场占据一席之地，市场占有率达到50%左右，打破了此前韩国三星对这一领域的垄断。

相比之下，国产手机已经成为中国手机市场的中坚力量。据米井负责人介绍，2014年在2000元-3000元价位段手机中，集中了华为Ascend P7、OPPO N1 mini、vivo Xshot、魅族MX4、金立ELIFE S5.5等明星机型，成为2014年这些手机品牌中被人广泛记住的标志性产品。

在2000元-3000元这一价位段取得突破的基础上，国产手机又向3000元以上高端市场进军。2014年下半年，又出现了华为Mate7、OPPO N3等价位在3000元以上的精品手机，直接与国外品牌竞争。尤其是华为Mate7，在以2999元的价格问世后，立即受到岛民们的追捧，至今仍处于脱销状态，而市场售价也超过4000元。

2015年国产机值得期待

2014年，国产品牌的上佳表现也让省内商家对其在2015年的产品充满了期待。业内人士告诉记者，在2015年，如酷派Y76、小米NOTE以及魅蓝等国产手机都是十分值得消费者所期待的。

据悉，酷派Y76市场零售价格1399元，是中国