

# “大肚子”冰箱俏销海南 占据市场半壁江山

■ 本报记者 王培琳

国家信息中心信息资源开发部发布报告称,目前我国冰箱产品已进入更新换代高峰期。随着85后、90后新消费群体兴起,对冰箱的品质与使用需求要求更高。这些因素共同推动冰箱产品结构向大容量、多温区、无霜、变频、智能方向升级。

海南夏季较长,各种食材不易储藏,因此人们对大容量冰箱的要求更加旺盛。近日,记者走访海南各大家电冰箱卖场,发现大容量冰箱占据半壁江山,业内称,海南已进入大容量冰箱普及期。



## 分类储物 更受年轻人喜爱

冰箱的容量大了之后,储物的精细化管理也逐渐崭露头角。

记者发现,大容量冰箱大多都有精细的储物划分区,这种功能在四开门以及多开门冰箱中尤为明显。

“现在消费的主力军是80后和90后,这些年轻人更加注重生活品质,对食材的存放也会更加讲究,储物精细化的设计也是为了满足这些消费大军的生活所需。”美都家电某品牌冰箱负责人介绍道。

基于此,在功能上,很多品牌的冰箱为用户定制了专属存储方案,实现食材的精细化管理。某品牌冰箱采用了行业首创的精控干湿分储技术,实现按需送风,并实现干区放干货、湿区放果蔬。冰箱不仅有冷藏功能,也兼具了收纳干货的功能,这对于天气不便储藏干货的海南来说,可谓是一大福音。

“分类储物可以让很大一部分食材都可以放到冰箱里,我家的厨房较小,储物能力也小,买个大冰箱正好可以弥补一下这个缺憾。”海口市民邝先生说。

也有一些品牌冰箱在多开门冰箱中新增了宽幅变温功能,这就大大增加了消费者在使用冰箱时的自主性,人们可以根据自己需要随意将该储物区调成冷藏或者冷冻模式。

## 智能冰箱悄然袭来

在海口龙昆南一冰箱卖场,一名销售人员正在为消费者演示智能冰箱的储物信息及时上功能。

“能够根据环境温度自动调节温度,能自动进行冰箱模式调换,始终让食物保持最佳存储状态,可通过手机或电脑,随时随地了解冰箱里食物的数量、存放多久、保鲜保质如何,可提供健康食谱和营养禁忌,可提醒用户定时补充食品,可以查看日历、天气,上班时,留言给孩子当天的食谱,甚至可以连接电视、手机等电子设备播放视频、音频……”这些都是一個冰箱现在都可以做到的。

“智能功能较多的冰箱现在属于高端冰箱,一般消费家庭都不会考虑,但是这种功能是未来的一种走向,或许将来这种冰箱也像我们选择大容量冰箱一样,再正常不过了。”该品牌销售负责人说。

## IT·贴士

除湿机 空调  
除湿哪个好?

## IT·盘点 家电圈,花式杂耍般的营销

近年来,家电各大品牌的营销团队纷纷借助互联网、传统媒体等新老工具,充分施展着自己的才华,一些脑洞大开的创意更是让行业内外大喊震惊。

(中和)

## IT·评

### 营销,让消费者 自我说服才好

■ 罗孝平

无限分化、细化、优化的市场,提供了无限可能的供给,也衍生了无限+种营销手段,如会议营销、“粉丝”营销、“鸡汤”营销、“正能量”营销、微信营销……

不限于家电行业,但以家电行业为例,营销主体分两种情况:树欲静而风不止和无风亦掀三层浪——董明珠、雷军、刘强东、马云这些行业“大佬”之间“合久必分、分久必合”的“N角恋”,长期霸占IT家电圈的头条;一些小公司亦各出奇招,以公益、艳情、奇葩事等手段,以图在底层争得“一米阳光”,在受众中圈得一席之地。

真真假假迷人眼,企业不遗余力地向消费者诉求“我是什么”“我好在哪里”,但消费者能信谁呢?

经济演进的过程已从过去的农业经济、工业经济、服务经济,转变至体验式经济时代;而在消费领域,消费者关注的焦点已从价格、外观,逐渐向技术、性能,甚至设计理念、品牌文化方向转移,传统的营销方式已无能为力,体验式营销正当其时。

这与美国未来学家阿尔文·托夫勒的预估是一致的。早在15年前,托夫勒在央视《对话》中放言:服务经济的下一步将走向体验经济,商家将靠提供体验服务取胜。

尤其在电商时代的虚拟经济与虚拟营销冲击之下,惟体验式营销,才能释放更多诚意。

## IT·资讯

### 高端小家电增势好

小轻奢产品受青睐

2016年以来,由于受经济下行影响,整个家电行业陷入了缓慢增长期。不过,从细分市场来看,小家电呈现出逆势增长的趋势,其中尤以厨电小家电的表现最为突出。

小家电市场销量快速增长,其中吸油烟机、燃气灶、消毒柜等厨电产品的销量增长最为明显。业内人士表示,随着品质消费时代的来临,以“小、轻、奢、高端”为主的小家电将更受青睐,预计小家电市场有望保持5%—8%的增速发展。

据统计,今年前4个月小家电销售额达371亿元,同比增长14.5%,远高于家电市场整体水平。其中,吸油烟机、燃气灶、消毒柜等厨电的表现最为明显。

分析来看,除了房地产回暖带动外,家电补贴也是厨电产品表现抢眼的一个重要原因。但我国小家电市场仍有较大空白,净水机、空气净化器、破壁料理机等小家电总体占比不足20%,农村及西部边远地区占比则更低,市场整体仍有较大潜力,养生类、智能化小家电将成为家电行业领军者。(据国际商报)

## 金立争抢高端市场 苹果大中华区营收下滑

中国品牌主宰全球智能手机市场的预期正在慢慢变成现实。

7月27日,苹果公司发布的业绩报告显示,公司2016财年第三财季实现净营收423.58亿美元,低于去年同期的496.05亿美元;净利润为77.96亿美元,比去年同期的106.77亿美元下滑27%。其中,第三财季大中华区营收为88.48亿美元,比去年同期的132.30亿美元下滑33%。

《每日经济新闻》记者注意到,苹果营收的下滑与国产手机品牌一路高歌的势头形成鲜明对比。目前,在全球前12家手机制造商中,有9家厂商的总部都位于中国,占据了全球智能手机销量的三分之二。

日经最新预测报告显示,2016年全球手机市场将会集体下滑,唯有中国企业保持继续增长的格局。而以华为、金立、OPPO为代表的国产品牌正在国际舞台上崭露头角,并进军中高端市场。

(据每日经济新闻)

## IT·贴士

除湿机 空调

除湿哪个好?