3C·调查

# 海南家电界开始玩私人订制

■ 本报记者 王培琳

眼下是个私人订制当道的消费时代。对消费主力军80后、90后而言，私人订制是一种潮流，是一种听起来很酷的生活方式和消费方式。早在2011年，家电行业某些巨头就开始涉水订制家电，2014年家电行业声称已进入订制时代。近日，记者走访海南家电市场发现，海南家电界也开始玩起了私人订制，在年轻消费者中颇受欢迎，但真正意义的私人订制时代尚未来临。

## 订制以特定人群为主

消费者在海南各大家电卖场选购家电时会发现，很多品类和品牌家电会针对特定人群，推出特定产品。据介绍，这是部分消费群体对家电订制功能的需求所致。

据苏宁易购海口旗舰店店长王栋介绍，目前家电的订制还是以集体需求为主，各品牌会根据某类消费群体的需求，进行批量订制，并为消费者提供备选方案，譬如美的设计出小厨星厨房空调、儿童星儿童空调，海尔设计出隐藏内机的空调。

“一般这种小众需求的家电不会在店内摆售，甚至不会备货，只有遇见有此类需求的消费者时，商家才会向厂家订制。”王栋说，但是对于消费者要求比较多的订制品类，商家也会大规模推出，如美的儿童星儿童空调。

美的儿童星KFR-26GW空调是美的推出的针对儿童使用的空调，在最初的时候，此类空调是美的的订制家电，是一直处于厂家备货状态，并不公开发售的。但是随着消费者对此类需求的扩大，美的于2014年年底正式在各大家电商场售卖此款儿童空调。该空调是采用红外感应技术，特设防踢被功能，儿童在使用空调的过程中，如果不小心踢掉被子，空调会通过红外感应，自动将风变得柔和并吹向别处，符合儿童使用。

而小家电也会针对儿童、老人等的特殊需求，进行特定群体消费产品的集体订制。记者在海口生生百货家电生活馆看到，松下EW-DS32电动牙刷也推出了成人款和儿童款两种型号，其中成人款转速为3万多每分钟，儿童电动牙刷则外形更小巧，转速也减少到1.6万-1.8万次/分钟。

对于老人而言，很多小家电品牌也推出较易操作的型号，譬如某品牌豆浆机针对老人，专门推出操作面板较为简单的产品，老人只需按一下按钮，豆浆机就可以开始工作。

“对于特定人群进行订制也是目前海南家电订制方面的主要特点。”国美电器海南区市场经理傅启忠说。

## 私人订制未进入消费视野

“我突发奇想想为女朋友订制一款印有我俩合照的手机，问了很多商家都无法做到。”近日，记者在走访家电私人订制行业时，海口90后男生小符如是说。

“我也想订制一台冰箱，里面的空间按照我的需要设计。可不可以做呢？”在海口新华南家电卖场，记者与一名消费者聊起订制家电，该消费者顺便问导购员。销售人员表示，一台冰箱的订制根本不可能做到，即使是团体订制要几百台，也很难做到。

“因为家电的生产，尤其是大件家电的生产都需要一个模型，而该模型的制造成本非常高，厂家一般不会打造一个模具只生产几百台。”该销售人员表示。

实际情况中，对于订制家电，海南消费者的态度也是不一样的。有像年轻人小符这样喜欢追逐潮流，觉得新鲜的。但更多的消费者表示，选择家电主要还是看功能和质量，“与其加钱买特殊，不如用这些钱买质量好的。”与海口市民黄女士说法一样，记者在随机采访消费者时发现，很多市民对于“私人订制”家电并不感冒。

记者走访各大家电卖场的多种家电时咨询，卖场相关负责人均表示，这种完全个性化的订制目前在海南市场还没有商家开展，并且目前在海南也很少有消费者有私人订制家电的需求。

## 网络订制家电占一席之地

今年七夕当天，海南网友“slice宫”在微博上晒出了男朋友送给她的情人节礼物——格兰仕“U love”唯爱滚筒洗衣机。据了解，今年情人节前一天，格兰仕宣布联手天猫推出定制品牌“U”LOVE唯爱产品，包括洗衣机、冰箱、空调三类产品，只在线上销售，而这些产品和销售方式颇受年轻人喜爱。

“苏宁易购也会专门推出‘易购专供’产品供线上消费者选购。”王栋说。

业内人士表示，网络商品的低利润和价格战，迫使一些电商和厂商不约而同将目光瞄准了“定制化”。据中国家电网相关数据表示，今年上半年，天猫电器城与美的、九阳、苏泊尔等10大品牌深度合作包下12条生产线，以大数据筛选消费者评价，产品功能、颜色喜好，确定定价区间的方式推出12款天猫定制款。这些产品以天猫+聚划算网络定制、规模化生产方式，面向网购消费人群提供高性价比产品。

同时，诸如TCL、创维等家电企业也都选择在网上建立互联网专属品牌。美的去年还专门针对“双十一”打造了电饭煲、电磁炉和豆浆机等13款产品的定制生产线。

对于家电企业为电商量身定制逐渐增多的现象，业内人士也指出，这是厂商面对线上和线下销售博弈采取的措施：针对电商开发专门的型号，只在网上销售甚至仅在某个网站销售，使消费者难以对线上产品和线下产品进行比较。

与此同时，电商行业的资深人士也提醒消费者，由于越来越多的厂商为网络销售生产定制产品，所以提醒那些喜欢线下体验商品，线上购买的消费者，一定要了解你网上下单的产品是不是属于网络定制产品，即使它和你在实体店看到的产品长得再像，也可能是完全不同的产品，因此仔细核对产品型号是关键。

海南家电市场的私人订制时代尚未来临。 本报记者 武威 摄

E·资讯

## VR成电商布局新热点

在阿里推出“BUY+”之后，国内另外两家电商企业——京东和国美在线近日也宣布进军VR市场，力求通过这一新技术拉动消费。

京东将联合英特尔、HTC、英伟达等30多家上下游企业成立电商领域的首个VR/AR产业联盟。京东还展示了自己的VR购物应用“VR购物星系”，用户戴上VR设备后，就能体验到线下购物的真实感。

国美在线也宣布布局VR在电商上的应用。通过这套系统，用户进入一个3D的虚拟家庭场景后，就能选择不同家电、家装、家居等产品，并查看效果。国美电器还将启动星期五福利日，打造线下门店真机实景体验优势。

（京华）

## 4K电视降价 倒逼2K电视逐步退市

如同过去彩色显像管、背投、等离子、液晶电视黯然退出历史舞台一样，随着近年来国内消费及技术升级，特别是4K彩电价格下调和高清画质节目源的广泛化，2K电视正在逐步被边缘化。

近日，来自多家主流彩电品牌厂商及渠道商高层集体表示，由于国内消费升级和硬件产品内容的不断丰富，消费者对于画质的要求越来越高。在此形势下，分辨率高的4K电视开始全面普及，尤其是在一二线城市，已经成为彩电购买的“标配”，而2K彩电则将逐步退出市场。

所谓“4K电视”是指分辨率为3840×2160像素的电视机，它的分辨率是2K电视的4倍，在此分辨率下，消费者观影体验犹如身临其境。随着上游4K面板价格下降，4K电视开始进入高速增长的普及时代。

苏宁云商集团副总裁范志军表示，这一趋势也反映在苏宁的销售数据上。苏宁4K彩电销售额占比达到67%，而在一二线城市占比达到80%，上海市场这一数据在今年第二季度已经达到82%。

“从我们上半年发展趋势判断，在一二线城市4K电视和2K电视间已经拉开绝对的差距优势，预计在第三季度这一差距会进一步拉大，2K产品正在逐步退出市场，尤其是一二线城市的实体店渠道。”范志军说。

上海交家电协会秘书长韩建华认为，目前国内彩电行业竞争基本上是“硬件+内容”在比拼，市场上用户消费习惯也在发生变化。对彩电厂商和从业者来说，需要更加关注顾客需求和用户体验。 （据经济参考报）

E·贴士

## 家用摄像头存泄密风险

随着人们安全防护意识的提高，近年来，智能摄像头已成为越来越多家庭的“标配”。连上WiFi，即便出门在外也可时时监控家中的情况。然而，据报道称，因缺少统一的安全标准，一些家用摄像头缺乏完善的安全相关设计，因此很容易被黑客控制。

软件安全工程师提醒广大用户，第一，在购买摄像头时，应对所选品牌进行一些调查，可以通过互联网查询与目标品牌相关的帖子或报道，找到一个口碑不错、价格也合适的品牌。第二，在使用时，要注意设置有一定强度的密码，及时关注摄像头软件的提醒。如果绑定的手机上发现了请求验证码的短信，就应该立刻修改密码。第三，经常登录摄像头查看，如发现实际拍摄角度与安装时发生变化等情况，就需要考虑自己的账号安全了。同时，要关注所用品牌摄像头安全方面的消息，如果发现设备漏洞应停止使用，等待厂家更新，并保证所使用的摄像头软件是最新版本。 （综合）

iPhone7“让人失望”背后的玄机

# 苹果未来两大重头戏：无线化与AR

据报道，苹果公司于当地时间9月7日在美国旧金山召开新产品的发布活动公开iPhone 7。苹果在当天的活动中，对双重摄像头、消除耳机插座、无线耳机AirPods上市等进行了展示，绝大多数人评价此次新产品没有如期待一样有巨大的革新。因与之前的作品相比设计上的差别性不足，所以失望的人不在少数。

对此韩国KT经济经营研究所于11日刊发的“从iPhone 7可以看到苹果的未来”报告书中对苹果最高经营者（CEO）提姆·库克所规划的新的苹果未来做出了分析。

KT经济经营研究所研究员洪元均在此报告书中表示：“虽然不是所期待一般的改革，但是苹果通过这次的活动展示了引领苹果以后未来的核心战略‘无线（Wireless）’。”

苹果的落脚点在设备的无线化，去除3.5mm的耳机插座，用独自标准的lightning接头端口将耳机终端合并。与此同时无线耳机AirPods售价159美元并需单独购买，因此被恶评为苹果的“生意经”。

但是KT经济经营研究所表示“这暗示着从iPhone 7开始之后的所有苹果设备无线化的可能性，可见苹果最终将构建物联网（IoT）战略的布局。”

在无线化的情况下，可以提高苹果设备间的联动性，使从设备发出的用户数据通道多样化，由此挖掘大幅的商机。

提姆·库克在介绍AirPods的时候说：“设备的无线化一定是苹果引领的未来”，从线的概念中脱离出来，迈出无线的第一步尝试。

AirPods上不使用蓝牙而是苹果自行开发的无线芯片组W1为基础这一点受到了关注。W1可以看作是以蓝牙为基础在此之上添加了几种性能的通信方式，今后的发展中，苹果也将在AirPods上进一步搭载其收购的Beats Audio公司生产的音响。

报告书中表示“往后苹果将可以进入多样的iPhone专用挂件市场”、“意味着其正在瞄准手机和应用商城的收益之外的苹果专用周边设备的多元化收益”。

继史蒂芬·乔布斯之后登上CEO座位的提姆·库克在就职之后开放了之前关闭的政策平台，把精力集中在物联网（IoT）、金融科技等新市场上。苹果于去年12月开放编程语言Swift源代码，今年6月公开了语音秘书Siri的软件开发工具包（SDK），在2014年公开了health kit、home kit、car player等平台。

洪元均研究员在报告书中表明：“提姆·库克在过去的九年间构建了以iPhone为中心强化的硬件和应用商城、home kit、health kit等软件等两方面的竞争优势，以及在此基础之上下一代苹果未来发展的野心计划”、“2017年这个雄伟计划将迈出第一步”。

同时，报告书中指出“iPhone 7 plus上搭载的双重摄像头是苹果在增强现实（AR）技术领域的布局”。

报告书中解释到：“通过两个摄像头之间产生的透视感，可以在智能手机的画面上构成3D空间的视觉效果，苹果运用这一技术将增加iPhone 7与用户的交互程度，抓住AR技术普及的大好时机”。

苹果最近半年间收购了与AR相关的五个创业公司，邀请虚拟现实领域顶级专家Doug Bowman加盟，都表明苹果已经在积极应对主导AR市场的Facebook、Google、微软（MS）等竞争对手的挑战。

提姆·库克在8月接受华盛顿邮报的采访时表示“AR是十分有意思的核心技术，现在苹果也正在进行许多与AR有关的秘密实验”。在此发布会上，苹果展示了iWatch平台上的Pokemon GO游戏，可见其对AR的关注程度。 （据中国网）

潮家电

## 可触摸控制的床头灯

自触摸屏被苹果引入手机的设计后，手机用户的体验就发生了革命性变化。从此以后，触控的应用范围就变得越来越广。日前在全球移动互联网大会上，一款既可以用手机操控，又可以用触摸的方式进行控制的床头灯十分引人注目。

据介绍，该款床头灯在顶部边缘配备了触控区，用手左右滑动就可以调节灯的亮度。如果按下情景键之后，左右滑动则可以调节色彩。与此同时，人们还可以用手机对这款床头灯进行操控：通过手机的蓝牙功能连接床头灯之后，就可以在App里通过手指的滑动来实现灯的亮度、色彩等的控制。 （综合）

地址：海口市金盘路30号 邮编：570216 总值班：66810666 广告许可证：琼工商广字015号 广告部：66810888 发行部：66810999 群众工作部：66810660 邮发代号：83—1 报费：每月三十元 零售每份一元 昨天开印时间2时45分 印完：5时15分 海南日报印刷厂印刷