

笔记本电脑销量占比超七成 “二合一”电脑开始“霸屏”

海南市场台式电脑直喊冷

■ 本报记者 王培琳

随着智能手机、平板电脑以及笔记本电脑的普及，最先霸占电脑市场的台式电脑却慢慢从人们生活中退居二线了。

近日，记者走访海南电脑市场发现，台式电脑销售遇冷已不可逆，笔记本电脑风头正旺，“二合一”电脑也正吸引着消费者的注意。

业内推测，笔记本电脑销量占整个海南市场电脑总销量的70%以上。而今后随着行业创新步伐的加快，台式电脑会进一步式微。



近日，记者在海口DC电脑城、明珠电子城采访，多数电脑商家表示笔记本电脑销量占电脑总销量的70%以上。

海口明珠电子城专卖联想和华硕电脑的某连锁店店主李史文，从事电脑销售工作8年了。据其介绍，他店里笔记本电脑和台式电脑都有售，但是笔记本已经成为销售的主打产品。

笔记本电脑销量占比超七成

“我们店电脑销售中，笔记本电脑的销售量逐年增加，去年笔记本电脑销量占全部销量的80%，今年差不多能达到85%。”李史文说。

出现这种情况的原因之一，李史文分析，笔记本电脑的价格越来越便宜，虽然比台式机贵一点，但用起来较为方便，所以一般消费者都会选择笔记本电脑。

更有一些主做台式机组装的

店铺也逐渐改为以笔记本电脑为主的店铺。在海口DC电脑城从事销售多年的金吉荫表示，自己所在的店铺是以组装台式电脑起家的，但是近几年台式机的遇冷使其店铺差点倒闭，最后还是引进了各品牌的笔记本电脑才将生意维持下去。

“只做台式机根本无法生存下去。”很多电脑销售商家表示。

“二合一”电脑开始霸占市场

IT业内权威研究机构IDC的一项最新调查显示：未来一年中，想要购买传统平板电脑的客户数量将会下降，而兼具PC功能和平板便捷性的“二合一”电脑变得更具吸引力。

同时，一市场调查机构发布的数据显示，2016年第一季度，包括台式机、笔记本电脑在内，全球电脑产品出货量同比下降。而在其给出的数据中，“二合一”电脑的出货量实现了增长，成为电脑业

显著的亮点。

事实上，“二合一”电脑的市场威力已经逐渐显现，以京东发布的“6·18”相关数据来看，“二合一”电脑销量的涨幅达到了1509%，不仅将台式机远远甩在后面，甚至已经严重威胁到了传统笔记本电脑的市场地位。

业内普遍认为，强劲的增长反映出的是强烈的消费需求，“二合一”电脑之所以能够拥有如此大的吸引力，最大的原因在于它击中了移动互联时代消费者的“痛点”。消费者需要的是一种能够在工作、生活的不同场景中频繁切换，能够高效、无缝整合办公能力、娱乐属性的移动工具，以满足随时随地进行内容生产的新商务生活方式。

一直想把家里的台式机升级的

海口市民黄女士，对台式机的创新深感不满，“因为有时候在家做平面设计，还是喜欢用台式机，同等价格下，功能优势太大了，笔记本也好，平板也好，一体机也好，都达不到台式机的物美价廉。”

行业调查发现，除去以游戏为主的消费者以外，绝大多数使用个人电脑作为工作用品的消费者认为，传统的笔记本电脑的体积和重量，对于需要经常更换使用场景的人来说，非常不方便，而平板电脑和智能手机虽然轻巧，却不方便工作，输入操作的工作效率太低。目前市场上出现的“二合一”电脑，基本上结合了平板与笔记本电脑的一些优点，在便携与性能方面有了明显的进步。

游戏玩家不再局限于DIY台式机

“现在所有的零部件都能买到，而且价格还可以货比三家，根据自己的实际需要来挑选符合自己功能要求和个人喜好的硬件，组装起来非常简单。”热衷于DIY台式机的海口消费者小吴并不喜欢笔记本电脑和品牌一体机，“如果自己想省事，可以直接在网上DIY，商家直接按你的要求选配好硬件，给你组装好。DIY最诱人的地方是可以随时根据自己的要求升级硬件，提高功效，这是笔记本、一体机、品牌机都没法比的。”

据某品牌电脑销售商吴经理表示，台式机除了网吧、机关单位等，游戏爱好者是重要的零售客户群体。

组装电脑曾是电脑游戏发烧友的最爱，可以自由选择高配置，而现在随着电脑技术的越来越先进，很多电脑厂家也开始推出高配置的笔记本，这让游戏发烧友也受之诱惑。

业内人士表示，游戏是极为考验硬件配置的，如今无论是PC还是智能手机，衡量其硬件水平的一个最重要的因素，就是运行大型游戏的能力，而运行更复杂更“吃”硬件的游

戏，也成为了一个很重要的电脑换机原因，因此电脑厂商在这方面自然也不遗余力。

从2014年开始，电脑厂商们开始陆续将针对游戏的产品从台式机转向笔记本电脑市场，专门的“游戏本”产品不断出现。甚至就在近期，从诞生就锁定在高端商务定位的笔记本王者ThinkPad，也专门推出了专业的游戏产品“黑将”，很多游戏爱好者也摩拳擦掌，跃跃欲试。

“毕竟如果在配置上没有什么可挑剔的，大家还是喜欢更便捷的电脑，游戏笔记本也是不错的选择。”海南大学大三学生小张说。

线上成主战场 电商改写家电黄金周玩法



水平的不断提升，人们的“假期意识”正在逐渐觉醒。尤其是80、90后正在成为消费市场不可忽视的一股力量。作为深受互联网影响的一代人，80、90后人群更加注重生活品质，更加喜欢假期出游旅行，更加习惯网购产品。

据中国家用电器协会下属中国国家电网近期进行的一项关于“十一”家电网购的消费者调查显示，有64.4%的受访者会在“十一”期间选择外出旅游。但是与此同时，也会有高达85.6%的用户表示会关注“十一”期间的家电促销活动。而约有77.3%的消费者将首选通过网络渠道购买家电，这个数字在2014年还只有35%，短短2年时间，消费模式发生如此大的逆转，背后正是电商渠道独特优势的淋漓体现。

该调查显示，京东为家电网购首选平台，比例高达76.5%，与2014年相比上升了14.5个百分点。天猫和苏宁易购以接近的比分位居次席，国美在线位列末席。

(综合)

产品价格仍然是消费者首要的考虑因素，第二位则是购物便捷性。与以往不同的是，产品价格是否透明、售前售后服务是否到位等因素也已经成为消费者购买家电决策过程中重要的参考指标。

另一方面，随着中国家电消费市场从“数量”向“质量”转移的升级过程，消费者对家电产品的需求已不再局限于价格、品牌、外观这些传统要素。个性化、细分化的需求已经成为驱动家电企业实现新增长的源泉。电商企业自身的大数据能力和互联网基因，反过来也在成为家电行业升级发展的推动力。

电商平台掌握大量消费者消费行为等原始数据。通过云技术和大数据技术的应用，电商企业不仅可以提升自身的运营效率和用户体验，也能为相关企业提供进一步的消费需求统计和分析支撑，从而为家电企业在生产、研发、制造、物流等诸多环节提供直接的支持。

HKE·资讯

支付宝推“全球未来机场计划”

日前，支付宝与慕尼黑机场、东京成田国际机场等全球十大机场达成合作，自国庆开始，合作机场将陆续开通支付宝，首次为中国游客提供支付宝支付和吃喝玩乐服务。国内互联网企业与全球空港业最大一次合作启动。

支付宝宣布启动“全球未来机场计划”，未来游客在海外机场，不仅可以用支付宝消费，还可以通过支付宝使用航班提醒、室内导航、一键叫电瓶车等服务。

此次与支付宝合作的境外机场，半数为吞吐量排在全球TOP30的机场，包括慕尼黑机场、新加坡樟宜国际机场、首尔仁川国际机场等。这10家海外机场将依托支付宝平台，为中国出境游客打造无现金消费和一键找机场吃喝玩乐服务。

游客们进入机场后，支付宝可通过大数据分析游客喜好，有针对性地推送商家优惠，并且利用定位告知附近有哪些吃喝玩乐场所，让陌生机场一秒变成熟悉的商圈。消费付款时，游客可以直接刷支付宝支付，而且能以蚂蚁花呗、余额宝扣款，既方便快速，又避免了兑换外币和找零的麻烦。

近两年，支付宝国际化进程逐步加大。截至今年8月，在欧美、日韩、东南亚、港澳台等地区，支付宝已经接入了8万多家线下商户门店。(京华)

与支付宝合作的十大境外机场

慕尼黑机场	奥克兰机场
新加坡樟宜国际机场	曼谷素万那普国际机场
东京成田国际机场	香港国际机场
大阪关西国际机场	桃园国际机场
首尔仁川国际机场	澳门国际机场

洗衣机市场“难逃一劫” 陷入量额齐跌困境

9月20日，在2016洗(干)衣机行业高峰论坛上，国家信息中心发布的数据显示，2016年1—7月，国内重点城市洗衣机销售量1325万台，农村及五级市场销售量550万台，合计1875万台。与去年同期相比，销售量同比下滑6.1%，销售额下滑6.91%。

在整体下滑形势下，洗衣机市场产品结构调整速度加快。国家信息中心的监测数据显示，今年1—7月，全自动滚筒占整体销售量比例提升5.7个百分点，上升至44.45%。从洗衣量来说，7公斤以上呈现上升态势，7—9公斤段产品销售量占比提升20.65个百分点，销售额占比提升17.73个百分点，9公斤以上产品也处在上升阶段。滚筒、大容量成为重点城市洗衣机消费的突出特点。

从产品均价变化来看，洗衣机市场的价格战愈演愈烈，波轮洗衣机主流容积段均价都出现了不同程度的下滑，滚筒中9—12公斤产品均价甚至从8242元跌至4440元。但同时可以看到，12公斤以上产品开始成为高端洗衣机的新宠，均价为8365元高于去年同期。受这种影响，以往的高端产品开始趋于平民化，而高端洗衣机(5000元以上)的均价得到进一步，意味着消费者对更高售价的高端产品接受能力有所提高。

另一方面，相比线下的萎靡，线上市场依旧保持着较高的增速，电商借助互联网传播优势，正在改变消费者购物习惯。(光明)

HKE·贴士

频繁开关空调 费电“伤身”

有些家庭比较节约，比如会临时开启空调来提升一下室温，然后等温度降低了以后就立刻关闭。但其实这一点对于家电保养是不合理的，有常识的人应该知道，在空调启动的瞬间电流较大，频繁开关空调是很费电的，而且容易损坏压缩机。其次，空调在长期工作后过滤网会积累很多的灰尘，这些污物会塞住网孔，使空调制冷效果不好，从而间接引起电费增加，因此要注意及时清理。(中和)



从家电网购渠道的占比看

京东以59.9%的数字
牢牢占据近六成总体市场份额
总量超过了苏宁、天猫和国美总和

制图/张昕