

E • 调查



今冬海南空调市场销售火热。本报记者 罗孝平 实习生 王晓娟 摄

■ 本报记者 郭畅

10月份以后,国内大部分城市开始逐渐转凉,空调市场也进入传统淡季,空调巨头们本应偃旗息鼓等待来年再战,然而今年的空调市场却一反常态,呈现出淡季不淡,销售量持续走高的发展态势。

记者发现,今年海南地区也出现空调市场淡季不淡的情况,总销售量与旺季相比可以“打个平手”,商家借着“双11”“双12”等节日纷纷打促销战,北方“候鸟”登岛过冬、冬季变频空调销售火爆等情况都是空调淡季不淡的客观因素。

E • 贴士

烤箱搬回家 使用窍门多

对于爱好烘焙的人,把心仪的烤箱搬回家的那一刻就已经按捺不住了吧,不过不要着急,电烤箱搬回家首次使用还真的有不少需要注意的事项。

清洗

刚买回来的烤箱,记得一定要清洁,将烤箱内附件及包装物全部取出,使用温水清洁烤架和烤盘,用浸过清洁剂软湿布擦拭烤箱内部,完全干燥后再使用。

预热去异味

烤箱在正式使用前,要先高温空烤一次,以排出新烤箱的加热异味。将烤箱门半开后,即将上下火全开,温度调至最高温(250℃)空烤10分钟。因为过程中会有一些异味甚至白烟自烤箱中散出(正常现象),所以室内要保持空气畅通,10分钟后可让烤箱门全开以加速散热,之后便可依照一般程序使用。小烤箱则只需将内外擦拭干净,开烤箱门预热(相同会有烟或异味散出),直到冒烟时关闭电源即可。加热管会明暗交替。

调整好上下火

烤箱在开始使用时,应先将温度,上火,下火,上下火调整好,然后顺时针拧动时间旋钮,此时电源指示灯发亮,证明烤箱在工作状态。在使用过程中,假如我们设定30分钟烤食物,但是我们这个时候不要逆时针拧动时间旋钮,请把三个旋钮中间的火力档,调整到关闭就可以了,这样可以延长机器的使用寿命。

烤盘

新购买的烤盘在使用时,先将烤盘清洗干净,在烤箱内烘干,然后在烤盘上涂上固体的油脂(酥油或猪油),涂的稍厚些,放在烤箱内,空烤8分钟,温度180℃,烘烤结束后待温度降低后,擦去油脂即可使用。经过这样的处理烤盘可以增加不沾的性能及使用寿命。(综合)



“我家旧空调是2014年6月份购买的,当时只想解决燃眉之急,所以选了定频空调,今天想来换一台变频空调,功能全又省电。”在海口美都家电广场,前来选购变频空调的王先生对记者说。

在冬季,当人们需要面对时常变换的温度时,大多数消费者还是会选择变频空调,虽然价格较定频空调高一些,但在环保主题成为

流行风尚后,“节能省电”的必要条件便成为家电选择主流。

据了解,变频空调在长时间运行时无需频繁开启或关闭压缩机,可根据实际温度变频运行,与定频空调相比能大幅度省电。因此,格力空调此前在全国范围内推出的“定频换变频”活动也是为了迎合消费者需求。

面对海南空调市场淡季不

淡的现象,大多数空调品牌销售商表示并不会酝酿涨价。“除‘双11’‘双12’的促销活动外,目前海南地区空调的整体定价比夏季低100元左右,虽然冬季是空调销售淡季,而对品牌号召力较强的龙头企业来说,出现淡季不淡的特征很平常。近年来,格力、美的、海尔三大龙头企业一直以产品力为主要竞争手段,产

品不断走向高端化是必然趋势。”海口国美电器相关负责人表示。

据产业在线数据显示,10月份,空调行业销量大幅反弹,实现产量831万台,同比增长59.4%;销量719万台,同比增长38.9%。其中,国内市场产销暴增,同比增长均接近六成,内销同比增长59.0%。

百度知道发布新产品百度派,定位于高质话题讨论社区

百度疯狂弥补内容短板

虽然问答社区仍在寻找解决盈利的方法,但这不影响百度的热情。日前,百度知道发布新产品百度派,定位于高质话题讨论社区。业界认为百度此举不仅是抢食问答社区市场的动作,同时也是完善百度内容生态本身的布局。

卡位

12月6日,百度知道公布了2016年布局高质内容生态取得的成绩,并发布了高质话题讨论社区新平台——百度派,主要面向大学生和年轻白领人群,定位于崇尚知识性、真实性、互动性、趣味性的话题讨论社区,主打“知识,自成一派”的理念。百度派采用实名制认证和邀请入驻的方式,旨在打造高质量UGC话题讨论社区。

此前,百度知道主要以生活化、实用性的问答为主,在高质问答方面的布局目前只包括知道行家、百度知道日报等内容平台,以及今年推出一对一专属知识解决平台问咖。百度派的发布也表明百度欲加强高质问答平台环节,完善百度自身知识问答体系。

至此,百度知道内容体系将形成以百度知道、百度经验、知道日报、百度派为首的内容生产矩阵,每天产生大量知识内容。“各个内容平台独立运行,相互贯通,形成完整的内容体系,通过满足细分用户使用场景,持续产出高质内容,让百度高质内容生态形成良性循环。”百度知识体系总经理徐贺说。

不过,在易观分析师马世聪看来,百度知道在高质知识问答方面既具有优势积累,也有来自其他竞品的挑战。“目前,知识分享平台以形成黏性社区为良好形态,百度知道目前的产品群能够打通流量,但在高质问答方面,需要更丰富独特的体验”,他解释道。

业内对此时百度构建密集高质问答社区的做法产生了一些并不积极的态度,认为这是受知乎、果壳等市场参与者对百度造成了不少的压力。实际上,百度知道的出发点更在于和百度自身内容生态形成互补关系。

据了解,百度知道日前携旗下全部产品入驻百家号,开通了百度知道、百度经验、百度知道日报、知道大数据、问咖、次元饭、百度派等多个高质内容账号。依靠与百度资讯流、百家号的打通,不仅有利于全面提升高质内容的分发效能,同时也为知识生产者和分享者提供了获得真实红利的机会。

因此,除了百度知道,百度内容体系的组成部分近日频繁撒网:百家号日前宣布与清华大学经管学院联合成立“百度内容生态研究院”;百度视频宣布启动了一期规模为5亿的PGC内容投资基金,将专注于投资优质PGC内容制作团队;百度新闻客户端也进行了新版本的尝试,增加了互动元素……百度补齐内容生态体系短板的急切程度可见一斑。

乱战

内容对于当前的互联网生态已经不仅仅局限在新闻资讯等渠道,而是涵盖了网文、内容社区、视频、服务等多领域。由于内容是汇聚流量、分发流量以及流量变现的一个重要的平台和工具,因而互联网企业的争夺从未停歇。

内容平台经营完善才能够创造更深层的流量价值,互联网企业将以此为依托为广告客户提供精准、大范围的投放获得分成。守住内容入口,再向消费与服务场景延伸,更将带来超过广告本身更多的利益,在这一过程中,内容创业者也会获得更多的内容红利。

问答社区是内容生态的重要组成部分。除了百度,今日头条此前就低调上线了“头条问答”,而近日新浪微博也宣布推出微博问答。不管是搜索、社交媒体还是资讯平台,单一的内容对用户的黏性并不能够持久,丰富内容形式就显得格外重要,因此形成了如今问答社区的乱战,这背后也是内容生态的博弈。

内容的壁垒搭建得健全与否直接影响着互联网企业的广告收入。正如百度联盟内容生态业务总监崔艳艳所言,未来两年内,“内容+”业态会影响整个移动互联网行业发展,甚至参与下一阶段洗牌,接下来也会是布局内容风口和发力内容变现的最后、最佳良机。(北商)

电商节拉动 装修租房客多

海南空调市场

淡季



借助电商节 商家打促销战

尔等为代表的空调巨头们在这个冬天依然很“活跃”,从“11”开始就展开激烈的降价大战,11月底又开始新一轮以旧换新。业内人士表示,“双11”“双12”不再仅仅是电商销售冲刺节,很多线下实体店也借着节日的“东风”,大打促销牌,在空调同等质量、规格、功能的基础上,买家往往会倾向

于在促销节当天购置新空调,并选择相对性价比最高的一款。

“商家们争相做促销活动,其中一个重要原因也是为了年底‘去库存’。需求叠加库存周期,在一定程度上带旺了海南空调内销的行情。从厂商方面看,临近年底,各企业为赶在年底前完成年度销售任务,也会

提前向渠道压货,通过促销方式销售,激发市民购买热情。”海口苏宁电器销售部负责人表示。

“双12”当天,记者在各大卖场看到,促销活动十分火爆,现场人流流量很大。“人流是平常的5倍多,年底是冲量的好机会。”海口海甸岛人民大道国美电器卖场的促销员告诉记者。

“候鸟”过冬 刚需拉动销量上涨

需。”

进入11月份,强冷空气席卷内地,大批北方“候鸟”老人飞往海南岛,据不完全统计,每年“候鸟”人数超过40万人次,他们向往终日沐浴在温暖海风里,通常会选择短租的形式在海南岛过冬。由于海南北部、中部地区冬季降雨,比

北方地区潮湿。很多“候鸟”也会为家里添置新空调。“我接待过很多‘候鸟’客户,他们买空调也为了其除湿功能,每年1月至3月,他们会偶尔开启空调制热模式。”美的空调销售人员说。

冬季人们的刚性需求多元化,为海南空调市场淡季吹来

了一阵“暖风”。人们常说“金九银十”,“候鸟”过冬、婚嫁、喜迁新居等客观原因带动了空调销售量上涨。海口信兴家电相关负责人表示,“9月至12月,不仅仅是空调、冰箱等制冷产品‘遇热’,洗衣机、热水器也迎来了销售旺季,根据往年销售数据统计,增幅在30%左右。”

节能成主流 变频空调销售火热

节能成主流 变频空调销售火热

节能成主流 变频空调销售火热

E • 表情



方洪波：中国制造业传统模式正在失效

应“2016第一财经年度峰会”之邀,美的集团掌门人方洪波欣然前来,他的发言选择“回归制造业转型的本质”这一主题。

方洪波表示,制造业转型势在必行但过程艰巨,而回归朴素的创新本质、选择正确的转型路径才有未来。

“当下的经济社会背景下,制造业似乎成了落后生产力的代表。但我并不这么想。”方洪波说,制造业是一切经济及社会活动开展的基础,《国富论》里有这样一段话,一个国家的财富来自于大规模商品的制造,这一点不会随着时间的变迁而改变。我们知道,国与国之间的经济竞争,归根到底来自于制造业,不管是原材料的简单加工,或是高端制造甚至品牌的输出,生产分工为先,贸易交互随后。

“我们也要看到,传统制造业的转型升级有其艰巨性的一面,而这是互联网等高科技行业中无法比拟的。”方洪波抛出了一个疑问,“中国的传统制造业,为什么突然在目前一个经济周期处于重要变化的时间段中面临巨大的困境?实际上,本质原因很简单:过去30多年中国制造业仍依赖于区位优势,凭借庞大的内需拉动才做到了规模化与低成本,否则中国公司无法快速成长。”

“所有制造业的困境,其实皆基于一个原因:过去的各类模式已失效,全新的竞争方式、商业模式又尚未形成。冲突之下,难言建立新的竞争能力。”方洪波提到,中国制造业转型没有固定的路径和范例可循,因已高度成熟且难以复制。由于资本积累少、底子薄加上主要从国外引入技术,其抗风险能力弱,转型时间必然漫长。但制造业转型的“红花”是什么?“放眼过去几百年的文明史,我们发现制造业还得回至最初,依靠技术创新、提高劳动生产水平和产业升级,才有可能实现真正的经济结构转型。”方洪波说,不管研发还是创新资金、资源的投入,企业需要厚积薄发。因此低技术、低水平和低附加值市场环境要逐渐升级转换。(综合)

E • 资讯

北京发布首份家电维修规范 维修人员需持证上岗

鱼龙混杂的家电维修行业逐渐步入政策监管时代。12月8日,北京电子电器协会发布《北京市家电维修服务规范(试行)》(以下简称《规范》),根据《规范》要求,上门人员在内的维修服务人员需持有二维码标识的“上岗证”“上门服务证”。北京市商务委相关负责人表示,《规范》有助于保障企业、从业人员及消费者的权益,营造和谐的市场环境。

这是北京首份家电维修行业的规范发布。据了解,《规范》从家电维修企业的开业条件、经营管理、岗位服务和诚信建设等方面做出规定,旨在引导地处京城的家电维修服务企业走向规范化、连锁化、品牌化道路。从具体规范内容来看,其中包括,在城六区和通州区新注册的家电维修企业经营场所应达到50平方米;包括上门人员在内的维修服务人员,需持有二维码标识的“上岗证”“上门服务证”等详细内容。事实上,家电维修行业长期存在的售后乱、维修难等问题一直为广大消费者所诟病。此前,有消费者向记者表示,由于不清楚产品构造、原理以及配件的实际价格,进行家电维修后往往维修师傅说什么价格就是什么价格。《规范》的落地成为净化家电维修市场环境的一剂良方。(北商)