

TOP家电 | 风向标

你挑剔,我奉陪

11·11“挑T节”盛大启动, TCL 4K曲面H8800 让你不再挑剔

11·11购物狂欢节即将到来!TCL宣布即日起启动“一再挑T、曲面无可挑剔”11.11曲面大战,让电视市场的双十一大战,由曲面电视引爆。此次活动TCL将倾力打造价格无可挑剔、产品无可挑剔、服务无可挑剔三大年度重磅福利。搭载4000R黄金曲率的4K曲面电视H8800A-CUDS全力出击,与量子点曲面版、超薄曲面版等曲面电视构成行业最强的曲面电视阵营,让消费者在双十一期间,有充足的理由曲面电视只挑“T”。有意以至惠价格尝鲜4K曲面电视的消费者可前往TCL终端门店详询。欲享从速!

大容量持续走俏
高端冰箱差异化突围

总第309期
主持人:朱江华

新闻背景

日前,三星Kayra“悦享空间”系列两门冰箱上市,重新定义两门冰箱使用体验;而海信倍多分+十字对开门冰箱上市,也在重新定义健康新生活。蓝科技网总编周颖指出,无论是三星还是海信冰箱,不仅满足用户差异化精品需求,还让用户生活更加便利化。



关注“郑州晚报家电”
获得权威家电信息



海信容声冰箱河南分公司
总经理 赵合锋



三星电子郑州办事处
处长 岳明



总编 周颖
蓝科技网

冲击市场 重新定义高端冰箱

主持人:今年以来面临不利局面的海尔、三星、海信等中外冰箱纷纷寻求高端转型升级,但多门、对开门、大容量、保鲜、节能、杀菌等一系列的功能及外观特点,已成为中高端冰箱的标准配置,那么消费者如何界定高端冰箱定义。

赵合锋:海信倍多分+十字对开门冰箱采用自主研发的HiSmart智能管理系统,实现了远程控制、食物管理、冰箱自动管理等功能。同时结合十字对开门和智能化两大冰箱行业的发展趋势,满足中国用户的消费和体验需求。

岳明:拥有智能变频压缩机的三星Kayra“悦享空间”系列冰箱从外观设计、使用空间、存储需求等方面全面解决用户的切实问题,不仅能降低能耗和噪音,还能将冰箱冷藏室的温度控制在-0.5℃~3℃,长时间保鲜,留住美味。

周颖:高端冰箱的判定标准应该是功能上的诉求,比如食品保鲜、智能化。伴随着市场变化和消费者需求的变化,冰箱企业只有不断以消费者需求为出发点,在变频、智能、风冷等技术研发上实现了行业领跑,必将引领高端大容量冰箱消费风潮。

技术含量 成衡量高端冰箱标准

主持人:据中怡康推总数据显示,十一冰箱零售量同比降幅3.6%,零售额同比降幅1.1%。但300L以上容量冰箱销售额增长45%,这是否表明消费者对300L以上冰箱需求将成为主力。

岳明:三星Kayra系列冰箱无论从外观、空间设计理念还

是技术方面,都将全面满足都市年轻消费群体的使用需求。Kayra系列冰箱采用“大冷藏小冷冻”格局:冷藏室383L,冷冻室94L的空间布局,非常适合年轻人对冷冻空间需求少需求。

赵合锋:海信倍多分+十字

对开门冰箱为用户提供620L超大空间和109L超大变温室,配合26格精致分区,使更多类食材存储更加精细。同时,其分别在冷冻室和变温室开创出6个门体储物盒,提升了对冰箱内部空间的利用。

周颖:实际上近年来冰箱

行业的发展已呈现出“个性化、多样化”的发展新趋势,在这种背景下中外冰箱企业应继续沿着用户需求和用户利益最大化的方向,通过将智能化与高端冰箱从操作体验到功能体验的一体化融合,从而实现了产业发展新方向的差异化创新与变革。

行业观察

零售破千亿 高端拉动厨卫业转型



日前,记者“2015中国高端厨卫市场峰会”会上获悉,今年前8个月,厨卫行业整体零售规模达到1001亿元,同比增长11.1%,远高于家电业整体水平。对此中怡康总经理贾东升认为,这意味着厨卫行业从产品为王、渠道为王的时代步入用户体验为王的时代。
郑州晚报记者 朱江华



消费理念变化 厨卫价格高端化趋势上升

与2014年同期相比,4000元以上吸油烟机、2000元以上燃气灶、3000元以上热水器零售量占整体市场份额均有不同程度上升。中怡康的监测数据显示,与去年同期相比,今年1月至8月,4000元及以上吸油烟机产品的零售量份额从15.6%提升到19.1%,2000元及以上燃气灶的零售量份额较去年同期提升了近2个百分点,3000元及以上热水器的零售量占比从15.7%增长至18.0%。

《报告》分析认为,高端人群的消费行为对厨卫产品高端化格局的形成起到了推波助澜的作用。高端人群更倾向于购买大品牌、知名度高、广告多、价位高的国外品牌或者专注某一领域的专业品牌。技术领先、口碑好、体验佳、款式新的产品更受青睐。报告同时指出,智能功能有助于增加产品对高端人群的吸引力,例如具

有异味自感应控制的吸油烟机、能够精确控温的燃气灶、可以控制噪音的热水器,以及带有清洁自过滤系统的净水器都受到高端人群的欢迎。

据记者现场了解,今年以来国内厨卫企业纷纷抓住高端转型契机,不断推出高端新品,在推动行业升级的同时,也拉动了销售业绩的提升。如海尔发布了包括5D净水洗热水器在内的智慧浴室系列产品和防干烧燃气灶、深腔自净芯油烟机等系列智慧厨房产品,被认为是海尔智慧家庭战略的再次升级。华帝用技术以及工业设计进行颠覆性的烟机升级,发布了智能控制高端烟机“魔镜”系列产品,拉开了华帝全面革新的大幕;能率推出的睿风系列吸油烟机,也被看成是作为资深厨电专家级产品,体现出对中国现代厨房需求的精准把握。

产品转型 高端厨卫表现强劲增长势头

受宏观经济形势不佳、房地产低迷和内需不振等因素的综合影响,2015年我国家电行业形势不容乐观。

今年前8个月,国内家电整体规模1.03万亿元,同比仅增长4.8%。不过在此逆境中,厨卫行业的表现令人眼前一亮,整体零售规模达到1001亿元,同比增长11.1%,远高于家电业整体水平。这是在“2015中国高端厨卫

市场峰会”会上,中怡康发布的《中国高端厨卫消费行为调研报告》(以下简称《报告》)中所得出的结论。

据《报告》显示,2015年我国厨卫市场表现出两个特点。一是各类产品发展阶段不尽相同,新兴品类放量增长。洗碗机、电烤箱和净水设备等新兴产品增长势头迅猛。其中,洗碗机一枝独秀,零售额同比增幅高达59.8%。电

烤箱和净水设备也交出了靓丽的成绩单,零售额同比增速分别达到51.4%和41.1%。热水器、吸油烟机、燃气灶等市场规模较大的成熟品类,实现了平稳发展,但是零售额同比增速放缓。中怡康总经理贾东升认为,这是产品升级,也是用户需求的升级,在外动力不足的情况下,厨卫市场内部正在释放很强的能量,其中高端产品就是重要的一股力量。