



总第312期
主持人:朱江华

■ 新闻背景

11月13日,2015海信智能家电全国巡展活动在洛阳正式启动。除展出通过自主研发的智能电视、智能空调、智能冰箱等新产品外,主打时尚三防——金刚II手机也同时亮相,为用户可以现场体验海信智能家电带来的新奇。家电中国网总编张大海指出,作为中国智能家电领军品牌的海信,此次海信智能家电全国巡展活动,不仅率先完成智能化产业转型,为家庭搭建起一个互联互通的全新智能生活体验。



关注“郑州晚报家电”
获得权威家电信息

智能手机市场同质化严重 “三防”瞄准户外寻找新突破



青岛海信通信副总经理 李振晓



蓝科技创始人兼总编 周颖



家电中国网总编 张大海

细分市场,突破同质化手机市场

主持人:自从智能机在手机市场出现并热卖之后,海信、三星等纷纷推出具有防水、防尘、防摔三防功效的智能手机,成为很多热爱户外运动的消费者首选产品,这也被业界看作是在同质化严重的手机市场取得突破关键。

李振晓:搭载高通八核处理器,内置2GB运行内存和16GB机身存储,拥有500万像素前置摄像头和1300万像素后置摄像头海信金刚II手机的防尘、防水等级高

达IP67,可在水下1米静置30分钟,轻松实现水下拍照、接打电话;1米高度6面自由落体均完好无损。此外在信息数据安全方面拥有全盘文件粉碎功能,防止恶意数据恢复;隐私AB锁,防隐私泄露;纯净模式,防黑客木马攻击。

周颖:目前许多中外手机企业都把三防作为提升智能手机用户体验的主攻方向,因为手机智能化产生的频繁触摸,使用的环境使得它很容易摔碎,更容易

进水、磨损和变脏。所以一旦外观功能都趋同后,用户固有的耐用需求就会与日俱增。

张大海:目前手机市场,借助手机智能化和高速网络所带来的丰富应用体验,正在焕发出新的生机,这就是防尘、防震、防水的三防手机。它不仅改变消费者对主流智能大屏手机似乎已有审美疲劳的趋势,也会做成定制的模式根据消费者的不同需求做出“四防或六防”的改变。

瞄准户外,三防手机成新增长点

主持人:据有关数字显示,未来5年内,中国户外用品产业50%以上增速不会改变。面对户外爱好者所处的环境以及所参与的活动对手机提出了更为苛刻的要求,这是否意味着三防手机出现,无疑为手机厂商在激烈的竞争中找到新的利润增长点。

李振晓:金刚II卓越的防尘、防水、防摔性能取决于其三大关键设计。一是一体成型机身骨架,破解了前后壳分型的传统

方案,形成整机三防的基石;二是机双面高精度贴合。在确保手机的防水性能的同时,保证了前后超窄边的实现;三是前后防撞吸能设计,对手机意外跌落的撞击形成有效化解。同时引入了专业拍照模式,支持双卡双待,整体配置主流。

周颖:户外运动的挑战性、刺激性乃至危险性,都要求他们拥有更专业的户外装备。而作为与外界联系的重要通信工具的

手机,更是必不可少。因此三防手机具有广阔的市场发展空间,而手机厂商需要做的是了解用户各种方面的特定需求。

张大海:三防手机的流行从侧面反映出了智能手机市场的竞争方式已经从粗放开始转向精细化。细分市场不仅能够聚焦用户群体特征,而且能提供独具特色的产品,这无疑将助力手机厂商跳出比拼硬件和价格战的怪圈,从而开辟出一条新的创收路径。

■ 行业观察

机械型走向没落 电饭煲企业抢占高端制高点

日前,中怡康零售监测公布电饭煲数据显示,2015前三季度电脑型电饭煲在线下、线上市场的零售额份额分别为84.6%和85.8%。电脑型的大势所趋,源于方便的操控方式,以及智能化、多样化的蒸煮技术,这是机械性电饭煲不可具备的。

中怡康生活电器事业部总经理吴红认为,电脑型电饭煲已经掌控市场,机械型电饭煲开始走向没落。

从产品外观来看,方形电饭煲是当下主流,厂商的产品设计,更加趋于人性化。首先,操控面板位置上移,避免消费者经常弯腰的苦恼;其次,一些厂商增加透明视窗,为消费者带来更好的使用体验。据中怡康零售监测数据显示,2015前三季度电饭煲方形煲,线上线下市场,零售额份额分别为83.8%和83.7%。由于方形空间更大,放置控制面板较为方便,而消费者在蒸煮过程中,通过透明大视窗可以观察食材的变化,因此,造就了方形煲的大势所趋;而电饭煲内胆方面,正在向圆底发展,据中怡康零售监测数据显示,2015前三季度电饭煲圆形内胆,线上与线下市场零售额份额较去年同期相比,分别提升8.8和12.1个百分点。

从产品加热方式来看,IH加热型产品持续升温,线下占比超三成。据中怡康零售监测数据显示,2015前三季度,IH加热型电饭煲,线上、线下

市场零售额份额,分别同比增长95.5%和55.1%。IH产品的持续升温,源于两个维度;首先,与部分品牌直接推动密不可分,目前,国内优秀产品层出不穷,技术上可与洋货比肩,但价格更加亲民,因而吸引了更多的消费者购买;其次,从产品技术角度来看, IH加热与传统加热相比,其食材受热更加均匀,出锅的口感更好,对于以米饭和煲汤为主的国人来说, IH产品更加受到欢迎。

从渠道来看,线上市场依旧保持高速增长趋势。据中怡康推总数据显示,前三季度,电饭煲线上市场,零售量924万台,同比增长74.9%;线下市场零售量26567万台,同比下降2.3%。因此,双11的线上狂欢,对于电饭煲市场的拉动将更为明显。

中怡康生活电器事业部总经理吴红表示,用户需求决定市场销售,完美的用户体验将带动产品价格向价值的转变,回归产品本源,寻求差异化竞争才是市场竞争之道。IH产品的快速发展为电饭煲市场注入新鲜活力,在电饭煲高普及的当下,为人们更新换代提供了更加充分的购买理由,在即将到来的双11大促中或将再创销售高峰,相信IH技术将引领电饭煲行业向着更加智能、健康的方向发展。

郑州晚报记者 朱江华

■ 家电消息

海信获电子电器消费口碑多项第一

今年前三季度,在我国彩电市场上,海信创维领先口碑指数。乐视TV和小米电视未能进入口碑指数TOP10。昨天,从中国统计信息服务中心、新华网、中国质量新闻网联合主办的“智慧消费,乐享生活——中国统计信息服务中心第三季度电子电器消费口碑指数发布会”上获悉,2015年第三季度电视行业品牌网络口碑指数评

价显示,品牌网络知名度方面,海信等知名度位居前三甲,索尼、LG、夏普的知名度略微偏低。品牌消费者互动度方面,海信领先消费者互动度指数,夏普和飞利浦两个品牌的消费者互动度被挤出TOP10之列,且位于乐视TV之后。品牌企业美誉度方面,海信领先企业美誉度指数。

朱江华

神州数码助力中原农业智慧升级

日前,河南省人民政府与神州数码在郑州签署战略合作协议,共同推动河南省“互联网+”战略落地,在双方优势领域——农业方面的合作,全面体现了双方合作水平的提升和合作特色的深化。神州数码自2014年起,通过资本运作的手段全面布局互联网农业产业,已成为中国农业信息化的领军企业。双方发挥联合优势还将在高效物流、协同

制造、便捷交通、新能源等领域开展合作。神州数码董事局主席郭为表示,神州数码将充分运用在合作相关各领域的技术实力和经验积累,服务于河南省的经济转型发展,双方将不断探索,全面推进河南“互联网+”产业合作方式,营造“大众创业、万众创新”新环境,促进河南经济社会持续健康发展。

朱江华

八淘网上线启动发布会举行

11月19日,河南省电子商务协会家电分会成立发布会暨八淘网上线启动发布会于郑州举行,全省家电行业精英齐聚一堂,共商传统家电行业在互联网大潮中的应用。随着国家互联网战略布局,中原农村市场也迎来了新的发展机遇和拐点,河南省电子商务协会家电分会的成立和八淘网上线的发布为家电产业在农村的发展,为农村电子商务的发展提供了一大助力。在为广大的

县乡消费者提供优质价商品的同时,也为农村的农、副、特产品打开销路,通过实际行动为广大的县乡消费者谋福利、办实事。八淘网董事长王建军表示,本着“变革、创新、引领、突破”的精神,致力于新型县乡电商运营模式的探索,针对传统中小家电零售实体店未来的发展出路提出了解决方案,八淘网“电商百县千乡星火计划”将在12月份启动。朱江华