

2016年洗衣机:智能滚筒大容量比例上升

在过去的2015年,白电行业经历了最“冷”的一年,与空调和冰箱双双负增长相比,销量与销售额实现双增长的洗衣机市场是仅存亮点。其中,受产品结构性变化与更新换代的影响,高端洗衣机市场保持了平稳上行的良好态势,智能化、功能多样化趋势明显,而这无疑为新一年高端洗衣机行业注入了巨大的信心。

据统计预测,2014—2016年洗衣机市场处于持续升级的状态,滚筒份额保持增长趋势,而波轮洗衣机份额虽然持续受到挤压,但是并不会就此消失,预计在波轮零售额份额为20%的时候达到平衡。

2015年波轮洗衣机在两端发展趋势较好,中间市场表现不佳。其中,1199元以下及3000—4999元价格段零售额份额增长较为明显,尤其是3000—3999元价格段,零售额份额同比增长5.5个百分点。

当免清洗高端波轮洗衣机上市时,在一段时间内引爆高端波轮市场。从各品牌3K+高端波轮零售份额来看,当前高端波轮市场虽已变频、大容量、智能等亮点拉动,但是未来如果技术方面没有新的突破,高端波轮市场份额或将萎缩。

而对于中低端波轮洗衣机来说,除了价格还是价格。从各品牌3K以下中低端波轮零售份额来看,

当前中低端波轮洗衣机市场各品牌还是以拼价格为主。

相对于波轮洗衣机,滚筒洗衣机已经成为主流趋势,占比或突破65%。如今,家里购置滚筒洗衣机要求大容量和变频节能,因此8KG变频引爆市场,9KG变频是大势所趋。

其中,滚筒单洗市场,8KG已有爆发之势,较去年同期一次增长9.1、4.9个百分点。9KG市场份额和规模同比均有较大增幅,零售额占比仅为11.3%,市场份额继续上涨。

滚筒烘干产品,大容量是标准配置,8KG成为主销,9KG市场份额也明显拉涨。在8KG滚筒烘干市

场,2015年上市的两款变频烘干一体机,销售火爆;零售额占比也提升至12.1%。在9KG滚筒烘干市场,市场反应较好,零售额占比高达73.2%。

另外,还有10.1KG+的超大容量滚筒产品市场也略有起色。2015年10.1KG+超大容量滚筒产品零售额约为2.2%,同比增长0.4个百分点。其中,单洗产品表现较好,烘干规模略有萎缩。超大容量艰难推进,复式滚筒或逐渐淡出市场。随着二孩政策的全面开放,儿童衣物的洗涤的需求日益提高,加之人们如今的健康意识的提升以及外来生活方式的渗透,“健康洗衣”的理念

逐步兴起,同时分开洗涤的“一机双洗”可最大限度的节省住房空间。但市场推进突破比较困难。

2015年是智能元年,当然也少不了智能洗衣机的市场,2015年智能洗衣机的零售量同比增加63.4%,零售额同比增加72.2%。2015年智能市场零售额结构表中显示,波轮待智能添加功能的比例占到了78.7%,带智能添加wifi智能控制的占到21.2%,带 wifi智能控制的只占到0.1%;而滚筒洗衣机带智能添加功能的比例占到46.3%,带智能添加 wifi智能控制的占到27%,带 wifi智能控制的占到26.8%。因此,智能将成为洗衣机的下一站风口。

智能3C成春节热销

春节假期结束了,不少网友表示患上了“节后综合症”,一上班就提不起精神。而在假期里,“逛吃逛吃”和“买买买”的节奏却一直未曾停歇。

80、90后青睐智能家电▶▶▶

智能风潮也在这个猴年春节刮得特别猛烈,国美在线的数据显示,春节期间,智能家电销量同比增长311%,以80后、90后为代表的年轻一代消费者对智能家电产品青睐有加。

据相关数据显示,智能家电的销量占比已经达到了40%,类似扫地机器人这样的小型智能家电销量猛增,成为名副其实的“年货”。此外,随着智能电视的不断升级,在假期购买智能电视的消费者也居多。据记者了解,智能家电多为年轻人送长辈的新年礼物,也有不少年轻人是为新房添置家电,智能小家电精巧又实用,颇受热捧,智能电视等智能大家电也关注度较高。

3C产品主打开学季▶▶▶

春节假期到,出门旅游、家庭聚会、朋友就餐等成为日常活动,朋友圈里晒出各种诱人的美食和靓丽的风景。这种现象的出现,离不开3C数码产品,也带动着春节期间的销售。年终奖到手了,大多数人都会在此时选一部新手机过年,而春节一过,各大高校开始进入开学倒计时,3C产品再次成为学生客的首选。

“每年的春节后,紧接着就是3C产品的热销期,尤其是年轻人居多,主要的品牌集中在苹果、华为、三星等热门型号,另外还有苹果电脑、各大品牌平板等热销机型。”卖场工作人员表示。

由此可见,家电消费升级趋势明显,智能生活已经彻底融入我们的生活。2016年家电行业升级趋势仍将延续高端化、节能化、智能化,抢占高端市场将成为各大家电厂商的战略重心。



艺海楼玉器 传播玉文化的殿堂 艺海楼为您讲解 翡翠的新坑、老坑料

选购翡翠首饰时,常会听到一些行家介绍:这件翡翠年份较老、色好水足,是老坑料;那块件翡翠年份不够、较嫩、色淡发干,是新坑料.....

新坑、老坑是按照人们的发现、开采翡翠的先后年份来分的,它们形成的地质时代是相同的。伴随喜马拉雅造山运动,翡翠矿床形成,存储在缅甸北部的山岩中,这就是翡翠的原生矿。原生矿风化,崩落堆积在山坡上,被山洪带到山口,堆积形成洪积矿。河水长期冲刷,搬运到较远的地方,形成砂矿。从河流的源头到下游,砾石分布有这样的规律:越到下

游,砾石越小,并且磨圆度越好。

以前开采翡翠,基本在“雾露河”中下游,翡翠块小,磨圆度好,接近球形,结构紧密,这种坑口称为老坑,开出的高档翡翠叫老坑料。近几年,“雾露河”中下游已经很难采到翡翠了,人们沿河而上,开采原生矿,翡翠大块,磨圆度差,棱角分明,这种坑口称为新坑,产出的翡翠叫新坑料。是一种水干底差、结构疏松、颗粒粗大的低档“砖头料”。如果没有经过化学浸泡、充胶染色,也是一种A货翡翠,遗憾的是市面上卖的假玉(也就是B货和C货),一般都是拿新坑中较差的翡翠处理后得来

的,所以新坑翡翠要么是低档货,要么是假货,商业价值不高。

新坑、老坑的概念原本用于描述及区分翡翠原石的,观察其形状尤为重要,一般有经验的行家一眼就可以分辨出:老坑料多近球形,表面呈圆滑状,没有棱角。就像一个饱经风霜的成熟男人,处世圆滑,腹中能包容天地;新坑料形状各异,棱角清晰可见,就像一个涉世不深的毛头小伙,外形异类,锋芒毕露,其实内里未必有宝藏。

免费鉴定地址:
枣庄市青檀北路102号
免费鉴定电话: 3222288



艺海楼玉器专营店总经理 李强元