



国美二十年用心缔造品质生活

★ 家电博览

随着经济的腾飞及国民生活标准的提升，“品质生活”的需求正在不断增长。零售业，一端连接用户满足用户基本生活需求，一端连接着用创新不断满足百姓个性化需求的制造业厂商，无疑是与成就百姓品质生活最紧密相连的行业。

作为沪上家电连锁巨头的上海国美，至今已整整走过了二十个年头，在这二十年间，上海国美陪伴上海消费者一同度过7300天，175200小时，1051.2万分钟。累计销售超过200万台彩电，为无数上海家庭带去了欢乐时光；累计销售超100万台冰箱，保证100万户上海家庭的膳食营养；累计销售超150万台洗衣机，节约了无数个家庭欢聚的时光；累计销售超300万台空调，为家家户户提供爱的凉爽；累计销售超80万台抽油烟机，营造上海家庭健康清新的厨房环境。

二十年间，上海国美一直秉持着提供的商品既要能满足功能性需求，也需要满足个性化需求，同时还要为百姓提供更多实惠的原则。凭借强大产业能力，包括与厂商深度合作，以及大数据手段，现已实现了商品差异化，帮助不同用户实现不同需求。同时，与供应商全面实现从产品供销到全方位打通生态链接，

并基于大数据、云计算能力，零售企业与供应商的合作可以精准到不同时节、不同区域、甚至不同消费群体，提高零售企业的商品选品能力，为消费升级的用户提供新供给。

在物质匮乏的年代，人们对商品的需求仅停留在功能上；但随着消费升级时代到来，吃，讲究绿色有机；玩，追求多样有趣；游，选择个性定制；购，看重品质品牌……然而，创新永远先于人们的需求，许多能够帮助人们提升品质生活指数的商品，如果没有渠道的推荐，可能几乎无人问津，例如一些智能家居的净水系统、地暖系统等。

基于此，上海国美以家为中心的战略布局，将家装设计手段引入家装全案，搭建“家庭整体解决方案”场景，将智能家居理念建成包括空净系统、全屋净水系统、地暖系统、中央空调系统等多个以“家”为核心的体验场景，实现国美门店从家电卖场向“家电+家装”提供商的转变。不仅如此，上海国美还搭建“娱乐+休闲”场景，实现门店从零售卖场向“零售+娱乐+休闲”体验式卖场的转变。如今的上海国美已经不是传统的家电零售企业，而是更加注重为用户创造更大价值的家庭方案提供商。

在以往，售后服务环节较为薄弱和难以掌控，特别对于家电零售企业，大件家电的送货和安装等服务通常都被独立授权给第三方企业。这就导致了过去零售企业与商品售后服务环节的脱节，存在不专业、乱收费、态度差的三大行业乱象，消费者大多反映服务质量较差，体验感不佳。

如今，随着大数据、云计算、人工智能技术的提升和服务业的转型升级，在后服务方面，上海国美跳脱了传统的形态，通过智能物联来带动后服务体系。在商品的运送和安装上，通过国美管家微信平台，率先实现了送装服务可视化、“送装一体”服务，将家电送货、安装、调试有效结合，并且建立服务监督机制，全流程、实时跟踪派单和送装全过程。

华东一区总经理于永状表示，家电行业普遍是一个消费升级的过程，随着需求和技术推动，从传统消费转向新兴消费，从商品消费转向服务消费，消费需求由模仿型、同质化、单一化转向差异化、个性化、多元化。未来，国美也将继续深化零售转型，通过自身的变革，以新业务导入、新市场开发、新技术应用三大转变为更多用户创造价值，为更多家庭带来美好品质生活。

文图/美美

★ 资讯速递

洗碗机加速进入普通家庭

随着生活水平的提高和懒人经济的增长，家用洗碗机开始走入普通家庭，市民对它的接受度越来越大。

家用洗碗机是用来洗涤碗、筷、盘、碟、刀、叉等餐具的厨房电器，主要适用于家庭，按款式来区分主要有嵌入式、台式、独立式。嵌入式洗碗机可以直接嵌入橱柜，美观大方节省空间，同时容量较大，可以满足多清洗需求；台式洗碗机相对小巧，直接置于台面，洗涤取用便捷舒适；独立式洗碗机容量一般也比较大，可以满足更多清洗任务，不过需要独立的空间放置。

由于受到居住条件的影响，一般新房推荐嵌入式洗碗机，旧房推荐独立式和台式洗碗机。当然，旧房也可以选择嵌入式，只是要进行适当的厨房改造即可。如果想锅碗瓢盆一起洗，一定要选择嵌入式或者独立式洗碗机。

虽然洗碗机普遍拥有强力冲刷和高温洗涤能力，以及配合独特的水流设计，可以保证洗碗足够干净。但是，如果洗碗机没有风机烘干功能，原本洗干净的碗筷就容易滋生二次细菌，所以，选购洗碗机的时候一定要关注洗碗机是否拥有风机烘干功能。

2019年中国家电行业一季度报告显示，洗碗机市场零售额为12亿元，同比增长22.7%，其中，嵌入式同比增长54.1%，13套碗容积同比增长30.2%。洗碗机的空间利用与大容量更加受到消费者青睐。在2018年中国厨卫市场呈现整体增速放缓的背景下，洗碗机作为“懒人经济”与“健康经济”的代表，呈现逆增长态势。

洗碗机逆势增长的背后，折射的正是中国市场消费的新动向：对品质化和幸福感的追求越来越高。作为提升生活幸福指数的重要品类，洗碗机在未来将成为厨卫家电高增长的掘金点。

但这也带来了一个根本问题：产品本土化。目前市场上现有的大量洗碗机，仍然不是面向中国家庭烹饪习惯开发。过去30年来，传统欧式洗碗机在进入中国厨房时显然“水土不服”：不管是洗净标准、杀菌功能，还是容积率套数划分、占用空间都不符合中国家庭的需求，这样造成中国厨房重油重污渍的碗筷洗不干净、使用不方便、太费时间、封闭环境容易滋生细菌等一系列问题。

显然，以原创技术驱动产品“本土化”创新，直击中餐洗碗痛点从而深耕中国厨房，这将是未来很长一段时间，洗碗机在中国市场爆发式增长的“临门一脚”。随着洗碗机市场扩容和行业竞争淘汰法则下的激烈竞争，行业品牌集中度将越来越高，产品品质良莠不齐的局面也将得到改善。

显然，未来的洗碗机市场潜力巨大，厨电企业想在市场争夺中占据一席之地，需要不断深挖需求深耕市场。在未来竞争中如何借势发力，让产品更加贴合中国厨房的需求将是国产厨电品牌需要思考的问题。

文图/美美



酷开电视告诉你“性价比”背后的故事

一部《舌尖上的中国》，让大家开始了解餐桌上的菜肴从采摘到制作的全部流程，让人们对于事物有了更深的认识，也更能明白为什么看起来差不多的菜品吃起来云泥之别。食物如此，世间讲究匠心的万物皆如此，比如电视作为家庭日常使用品，很少人真的去探究其内部构造或生产流程，消费者的购买决策很多时候源于屏幕大小、价格高低，却不知道有时候价格具有欺骗性，真正的性价比往往体现在细节。

近日，酷开电视邀请来了ZEALER联合创始人科技小辛等，走进酷开电视生产基地一探究竟。同时还进行现场拆机，用最简单直接的方式告诉大家好的电视应该是怎样的。酷开电视的首席运营官王萌对酷开电视今年获得的成绩进行公布。2019年1月至今，酷开电视

GMV（成交总额）同比增添200%，并霸占京东、天猫、苏宁三大电商平台增添率第一的位置。618期间，酷开再次乘胜追击，捷报频传：全网流量增长200%、海外市场同比增长500%、粉丝暴涨112万、40吋机皇40K5C单型号销售20万台。同时，创维+酷开全网销售额及销量双第一，其中酷开在互联网品牌全面屏市场中销量同样位居榜首。在刚刚结束的苏宁超级品牌PK日上，酷开电视力压小米成为销售冠军。

对于电视而言，机芯板和屏幕就像人的心脏和大脑一样重要，也是占电视成本最高的两个部分。在酷开机芯厂生产线，王萌为两位科技大咖介绍了机芯板的主要功能，颠覆了大家对电视生产的印象，科技感满满。酷开工程师现场介绍道，“机芯生产线的主力设备来自

德国的西门子公司。它的速度能够达到每秒贴装15个零件，贴装精度满足在0.01毫米误差内。”这样高效率 and 精细化的操作才是提升性价比的关键，这是普通代工厂不可能做到的。

更加值得一提的是，酷开拥有全国首条先进化作业的单细胞生产车间。不同于以往车间一条流水线只能生产一种产品，该车间生产灵活性极高，可通过全自动化生产设备应对各种型号产品的生产需求。在这里，完成最后组装及统一编码步骤后，一台电视就这样诞生了。这次拆机，除了展现C60的产品优势，更多则是酷开电视希望给消费者看到，一台真正好的电视机产品是将工匠精神落实到每个细节，才能达到完美的效果。

文/美美