

线上营销助力,“爆款”不断产生

# 网红小家电怎么这么红

迷你电饭煲、“一人食”养生壶、小型洗衣机、酸奶机、空气炸锅……近年来,一些高颜值、强功能、强社交属性的网红小家电通过线上营销逐步走俏。无论是美的、九阳、苏泊尔等传统家电企业,还是小熊电器、摩飞、自然元素、北鼎等小家电新品牌,都将目光投向互联网,搭乘网络“快车”成为家电行业的共同选择。

## 小家电市场火爆

在北京一家企业工作的“90后”女孩陈薇如今养成了自己做早餐的习惯,利用新买的一款早餐机,3分钟烤一份三明治,1分钟煎蛋,再用榨汁机榨一杯果汁,就是一顿营养丰富的早餐。陈薇说:“这样做早餐不仅快捷,而且健康安全,还满足了自己希望过一种精致生活的要求。”

早餐机、榨汁机、养生壶……相对于传统的冰箱、空调、洗衣机等人们生活中必需的大家电,这些功能细化的小家电近年来受到越来越多消费群体青睐。它们主要针对一些细分的生活场景,满足特定人群的使用需求。特别是随着疫情带火了“宅经济”,这些小家电在网络社交、直播与短视频平台上迎来颇高“出镜率”,掀起一股“网红小家电”风潮。

网红小家电有多火?一组数据能够证明:由全国家用电器工业信息中心编制的《2019年中国家电行业年度报告》显示,2019年中国大家电全年累计出口额257.21亿美元,同比下降1.01%;而小家电累计出口额324亿美元,同比增长6.24%。受疫情影响,今年一季度大家电和安装类家电销售额下滑幅度扩大,而小家电销售额下降幅度较小,甚至一些代表企业营收同比大幅增长。如小熊电器一季度营收同比增长17.32%,新宝电器一季度营收同比增长4.05%。另据阿里巴巴公布的数据,今年一季度厨房小家电总体销售额为139亿元,同比增长15.8%。

火爆的市场催生了更多小家电的诞生。近年来,厨卫、个人护理、生活类

小家电新品不断问世。例如,老牌厨具品牌九阳近年来推出了榨汁机、空气炸锅、料理机等一系列小家电新品。九阳电商中心产品运营总监潘志峰表示:“我们发现小容量、高颜值、易操作、易收纳的厨房小电器近年来很受欢迎,且使用场景不断丰富,从厨房到客厅,从办公室到酒店,从居家到旅行,我们不断顺应消费者使用偏好的变化。”

## 契合需求新变化

网红小家电为何这么火?业内专家认为,网红小家电的流行更好满足了当代人们生活中出现的新需求新变化。

快捷、专业——产品针对特定使用场景和受众。比如多功能料理锅,其集合了煎、煮、烤、炒、蒸等功能,容量满足1-2人,十分适合无明火、厨房空间小的消费者;比如熨烫机,很多商家推出了便携款、无线款,还能除螨、杀菌消毒,适合差旅场景;比如“一人份”电热饭盒,插电即可加热,小巧便携,适合上班族;比如迷你洗衣机,占用空间小、功能全,适合租房独居的年轻人。

产品种类更为细化。以厨房电器为例,从传统电饭煲、电热水壶扩展到三明治机、电热杯、豆浆机、破壁机、咖啡机,几乎覆盖了厨房电器全部品类。天猫厨房电器行业运营人员朱明璇表示,这表明人们对厨房用品的需求不再局限于最简单基础的功能,而是向着专业化多元化方向发展。

颜值高、有趣味——产品更注重工艺设计。例如一款折叠挂烫机,通过蓝色外表搭配圆润的外观设计,让整个挂



(网络图)

烫机看起来像一个可爱的机器人。

走线上、靠“种草”——产品注重线上营销、精准营销。瞄准年轻群体,占领互联网线上销售渠道是很多产品的主要营销策略。在微博、小红书、抖音短视频等平台上,关于网红小家电的“种草”(指网友在网络上分享推荐某商品,激发他人购买欲望的行为)内容颇多,直播带货更助推了多个网红“爆款”的出现。

上海金融与法律研究院研究员刘远举表示,小型电器更适合当下社会日益小型化的家庭结构,不会造成过多的资源浪费。随着更多“90后”人群进入职场、独立生活,当他们具有新的审美标准和更高消费能力时,会更倾向于购买精致产品来彰显个性和生活态度。

## 打造产品硬实力

与欧美发达国家相比,中国小家电保有率整体偏低,尤其在生活电器和厨房电器领域,市场发展空间依然较大,这

意味着中国小家电市场还有较大的增长空间。同时,目前小家电产品也存在闲置率高、耐用性不佳、产品同质化等问题。

在形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局这一大背景下,主打短平快的网红小家电品牌,如何才能红得更久?

中国家用电器协会有关负责人表示,在疫情背景下,家电产品的健康、智能模块和功能标配化,未来将成为产业升级和消费升级的趋势。对此,家电企业需要密切关注消费特点,通过供给侧不断创新实现小家电产品市场的持续增长。

业内专家认为,新兴小家电品牌应着眼于消费升级、科技创新和品质提升,继续扎根互联网成长至今掌握的数据优势,并借此实现小家电产品人性化与智能化设计上的创新突破,加强生态化、平台化开发等,打造出品牌的硬实力。

(据新华网)

## 张居正



熊召政 著

“不,不,”钱普哪敢承认,只掩饰道,“卑职从扬州调来真定府时带来的。”

张居正倒也不深究,而是兴奋言道:“天下美味,莫过淮扬。记得好多年前,徐阶老太傅请不谷到京城淮扬酒楼吃饭,一钵萝卜丝炖鲫鱼,至今说起来还口有余香。”

张居正推杯论盏大谈美食,仿佛今晚上他压根儿没有动怒过,钱普总算领教了首辅不言而威不怒而令人股栗的雷霆手段。如今除了加紧奉承别无他法,他唤过真定府同知,问他:“首辅大人夸赞萝卜丝炖鲫鱼,今晚上是否安排?”

同知略微诧异答道:“有这道菜呀,这菜单是你知府大人亲自安排的吗,你

怎么忘了?”

“哦,对对,看我这记性。”钱普瞧瞧席上的菜单,拍拍脑袋,干笑了笑。他一直等着张居正同他谈“茶水钱”的事,见张居正总不开口,他实在憋不住了,便主动讪讪说道,“首辅,茶水钱的事,卑职一定严查。”

张居正点点头,钱普还想继续解释洗刷自己,忽见一个人提着酒壶歪歪撞撞地走了过来,离桌子还有几丈远,那人就嚷道:“首辅大人,卑职来给您敬酒。”

张居正一看这人穿着七品补服,袖口污了一大块,脸上疙疙瘩瘩的,似乎从来就没有干净过,内心先就有了几分不悦,他问钱普:“这个人是谁?”

“真定县知县,叫康立乾。”钱普说着,朝康立乾斥道,“老康你要干什么,发酒疯也不看看地方!”

“咱才喝了几杯酒,怎的会醉?钱大人你放心,咱疯了。”康立乾说着,把酒壶朝桌上一搁,竟身子一溜跌到地上,利利索索朝张居正磕了三个响头,口中念道,“卑职康立乾叩见首辅大人。”

他这一闹,本来已是一片嘈杂的廊厅又悄然安静下来,大家都把惊疑的眼光投过来,要看这康立乾玩何把戏。

这一跪来得突兀,张居正始料不及,只得命他起身,然后问他:“你有什么事?”

“说来给首辅敬酒是假,卑职自吃

罚酒是真。”康立乾说着,提着酒壶对着壶嘴又猛咕了几口。

“你为何要吃罚酒?”张居正耐着性子问。

“卑职犯罪了。”

“犯的何罪?”

“您身边随从的茶水钱,都是卑职给的。”

“你?”

张居正只知道有人送茶水钱,但还来不及查证究竟系何人所为。现在康立乾主动站出来承认,倒使他吃了一惊,他问:“你送了多少银子?”

“回首辅大人,卑职的确准备了两百份,但还只送出九十多份。”

“你为何要送?”

“因官场的腐败之风,卑职不敢不送。”

“岂有此理,”张居正一拍桌子站起来,怒气冲冲斥道,“难道是我张居正向你索贿不成?”

康立乾惨淡地一笑,言道,“首辅的确没有索贿,首辅的随从,也没有任何人向卑职要钱。但官场上多年的积痼,凡上峰过境,除了好吃好喝,还得奉送盘缠。老百姓说得好,天底下没有不吃鱼的猫,也没有不爱钱的官。首辅清廉不爱钱,早已名声在外。但卑职见过不少的高官大僚,口喊廉正而心存贪墨。白天在衙门里廉正,夜里在家中纳贿不

误。你若按廉正的声名对他,真的白水当酒萝卜当荤,他表面上赞扬你,内心里却把你恨得要死。卑职以为首辅也是这样的人,故按惯例,给你的随从奉送茶水钱。俗话说,阎王好见小鬼难缠,高官大僚身边之人,一个个架起膀子自称是圣是贤,说穿了,还不是狐假虎威?你看不顺眼,却又不敢得罪。一个县令,欲为一县百姓谋福祉,最重要的一条,就是不可得罪上峰。一旦得罪,给你这个县令穿小鞋,坐冷板凳,这还是小事,最怕的是给你所辖之县加派额外税粮与徭役。这样一来,合境百姓就苦不堪言。因此,凡有上峰过境,咱们地方官吏,无不像供奉菩萨一般诚惶诚恐小心侍候。首辅大人,你以为卑职愿意这样做么?这实在是出于无奈啊!”

康立乾说到这里,好比活生生撕开了鲜血淋漓的伤疤,因此脸上肌肉痉挛不已,喉头哽咽再也说不出话来。在座的所有官员都为他捏了一把汗,他们也知道康立乾说的句句都是实话,但这种秽迹败行又岂可当庭揭露?康立乾平常谨小慎微,今夜里若不是多灌了几口黄汤,他也绝对不敢如此放肆。再说张居正,他自任首辅以来,还从未有一个官员敢在他面前如此撒泼说话。这些话在他听来非常刺耳,但仔细推敲又并非妄语。