

2012/1

5

星期四

农历辛卯年十二月十二



# 消费周刊

总第 101 期

内容专业权威 发行全面覆盖

由注重便宜、耐用转向关注时尚、品牌

## 消费者重新定义家电性价比

购买任何商品，消费者都要讲性价比，家电产品也不例外。但是随着时代的发展，消费者对家电产品性价比的认识也在悄然发生着变化。便宜、耐用、功能全已经不再是消费者对于性价比的诠释。时尚、品牌等一些曾经根本不能被纳入性价比衡量因素的条件，如今却成为消费者看重的性价比要素。

### ◆布袋消费观已过时

消费者的收入在增加，消费主力人群在改变，这些都促使消费者在购买家电时，对性价比的看法逐渐改变。换言之，人们对家电性价比的认识具有了时代特色。恰如名牌包与布袋，显然布袋装的东西多、购买成本低，而名牌包动辄成千上万元，却不见得能放得下多少东西。但今天，消费者却不会再背着布袋上街。因为在对布袋与名牌包的性价比比较中，尽管对于包的原始功能——存放东西来说，布袋是占优势的，但是今天的消费者还有时尚、品位、身份等附加价值要求，因此即便便宜，也仍然不会觉得布袋的性价比高于名牌包。消费者在购买家电产品的时候也是如此，除了关注原始功能外，更注意时尚、品牌等附加价值。

而随着消费者对家电性价比的认识逐渐改变，家电消费需求也随之发生变化。

在采访中，不少消费者都表示，现在日子富裕了，买家电与以前的要求也不同了。在大

中电器北京中塔店，记者遇到一位正在挑选冰箱的老先生。老先生说自己70多岁了，上个世纪90年代初买了第一台冰箱，是雪花牌的。“当时只要冰箱能制冷、能冻冰，就是好东西，什么品牌、颜色、大小，都不挑，要的就是便宜、能制冷。如今，虽然孩子说我还是老观念，但是我对冰箱的看法也变了，首先要‘个子’大，最好颜色好看，还是那种门上有花的，另外，必须三门的。品牌上，得是国产的大品牌，售后服务有保证。在这些条件的基础上，我再考虑价格。”

其实时间荏苒，改变的不只是我们的生活水平，消费人群的结构也在改变。现在，80后、90后正在成为家电消费主力军，这种变化自然也就带来了性价比认识的变化。零点调查显示，90后们在家电消费过程中，47.3%的人会将首先考虑产品的造型风格或款式，再作消费决策；38.8%的人会把品牌作为自己消费决策的首要依据；超过两成的人会将颜色列为重要参考因素。其实，无论是色彩、风格还是款式，都是90后为自己贴标签的一种方式。他们拒绝平庸，拒绝随大流，对他们来说，个性化和设计感才是王道。

### ◆性价比认识多元化

在这个讲求个性化的时代，消费者对家电性价比的认识也呈现出因人而异的个性化。

国美北京北太平庄店的副店长王维诚告诉

记者，不同消费者对于性价比的认识是不同的，这与其收入、文化背景、欣赏水平有关，但大致可以分为3类：一、认为具备基本功能、价格便宜就是高性价比；二、认为功能相对齐全，颜色、款式要中意，价格高一点儿也值；三、认为价格并不重要，但产品要具备时尚、新颖的设计，要大品牌，而且往往将服务的需求也纳入了性价比的衡量因素。“我们在销售中能明显感觉到消费者对于性价比的认识在分化，这也要求我们进货时，各种档次的产品都要有，才能满足不同类型消费者的需求。”王维诚说。

在国美北京北太平庄店的洗衣机展区，记者进行了一个针对20位消费者的小调查，发现消费者对于家电性价比的认识的确如王维诚所说，呈现出多元化趋势。在调查中，所有消费者都将功能、价格列为自己评价家电性价比的重要因素，将颜色、款式列为重要因素之一的消费者有14人，将品牌列为重要因素的有16人，而有5人认为服务乃至延保服务是重要因素，其余消费者都只将其作为参考因素。从调查结果不难看出，消费者衡量家电性价比的因素是不一样的。

### ◆好马与好鞍应并重

消费者需求的多元化、对家电性价比判断的多元化，生产企业以及销售商们都深深了解，所以企业才能频频推出新品，并开发出产

品的各种新功能。当然，这样不但可以满足需求，更可以得到高利润，两全其美。然而，有的产品附加功能太多，不免有些累赘，或是喧宾夺主，忽略了产品的主功能。这样的产品，肯定不符合消费者的性价比最优要求。

正如好马还要配好鞍，家电产品主功能优秀，再配有很好的附加功能，消费者自然乐于接受。但如果主功能一般，只是添加了很多附加功能，而这附加功能所耗的成本却远大于主功能，此时，绝大多数消费者都不会认为这是高性价比的产品。就像一匹病弱老马，即便配上金鞍也不能成为一匹宝马。

在采访中，消费者对于冰箱上带有保鲜功能、附带菜谱还是比较接受的。但对于冰箱上加装液晶电视，消费者都认为毫无用处，只是增加了冰箱的制造成本，提高了售价，完全不符合性价比最优的购物原则。一位消费者表示：“其实在主功能上延伸附加功能，是最好的，这些附加功能好比主功能的助手，能更好地完成主功能。不要加一些与主功能根本不搭界的功能，弄得主次不分，都搞不清哪个是主功能了。我们再有也不会购买重复功能或是没用的功能。”

家电性价比在消费者心中悄然变化着，但也有不变的因素。正如在一个产品丰富、文化兼容并蓄的时代，人们对于产品的选择自然也就多元化，但是无论怎样多元，质量都是根本。（据《中国消费者报》）

## 三小时快速除甲醛



●中国疾控中心环境所权威研制 ●国家“十五”重点科技攻关项目成果

## 冬季供暖加剧甲醛释放三类人群更易致癌

冬季到来，多数家庭已然供暖。然而甲醛、苯系等家装污染随着室内温度升高而加剧释放。加上天气寒冷不开窗通风，密闭房间内的有害气体、流感病毒等很容易危害人体健康。采用海曼普空气净化器来除甲醛，防流感就显得非常迫切。

### ◆甲醛易导致胎儿畸形孕妇或成最大受害人群

不少女性准备在冬季怀孕，殊不知，冬季供暖时甲醛释放

加剧，浓度激增，女性吸入身体之后，会危害身体器官的正常工作，很容易导致月经紊乱、胎停育、胎儿畸形、早产等情况，因此对于备孕或准备要宝宝的夫妇，必须警惕甲醛危害。

### ◆儿童身体敏感需防白血病

据统计，儿童超过80%的时间生活在室内，而且儿童免疫力低，最容易成为室内空气污染的主要受害者，在供暖期间尤其严重。如室内装修个半年的时间，甲醛超标达3年-15年，易诱发儿童

白血病和呼吸道疾病。根据世界卫生组织统计，近90%的白血病患儿家中近期都曾装修过。

### ◆老年人抵抗弱避免甲醛致癌

过去很多人忽视了甲醛等装修污染对老人的危害，其实老人身体器官的抵抗力逐渐降低。世界卫生组织公认为一类致癌物质，会刺激或破坏我们的免疫系统，诱发鼻咽癌、鼻咽癌等恶性肿瘤。因此老人居住的环境中以净化空气，确保健康。



**送同事 除烟毒，杀病毒**

新年同事间的应酬很多，烟毒和二手烟吸多了对身体不好，但是很难戒除，同事聚会时送上一台海曼普空气净化器，既能净化同事带来的有害气体，又能净化室内空气，让同事们在清新的空气中工作，让同事们在清新的空气中生活。

**送父母 祛病毒，防三高**

父母多岁了，身体不如我们，随着年龄增长，免疫力下降，容易患各种疾病。冬天天气冷了又不想开窗，这些有害气体，容易引发各种疾病。送一台海曼普空气净化器，既能净化室内空气，又能净化室内空气，让父母们在清新的空气中生活，让父母们在清新的空气中生活。

**送老婆 清灰尘，供氧气**

老婆大人把家收拾得干干净净，但是灰尘和有害气体总是挥之不去。送一台海曼普空气净化器，既能净化室内空气，又能净化室内空气，让老婆们在清新的空气中生活，让老婆们在清新的空气中生活。

**送朋友 除甲醛，庆乔迁**

朋友乔迁新居，免不了送点礼物。送一台海曼普空气净化器，既能净化室内空气，又能净化室内空气，让朋友们在清新的空气中生活，让朋友们在清新的空气中生活。



鹤壁市春天保健公司总代理 地址:新区华夏南路三和金桥广场春天保健 新区:0392-2215566 浚县:0392-5522386