

# 多重优惠叠加“以旧换新”激活家电消费

■记者 周静

“以旧换新”蕴藏巨大市场空间,是扩大消费的重要抓手。今年“618”大促,各大消费市场积极推动消费品“以旧换新”。在政府、企业、平台多重优惠补贴叠加带动下,家电、数码消费“以旧换新”如火如荼。

从可清洗空气的空调到可全天候监测气味的冰箱,从具备实时通话翻译功能的智能手机到可根据日升日落自动调节亮度的电视机,从展示前沿新技术到赋能艺术家居体验……家电与消费电子行业带着越来越多的创新科技成果步入市场,激活了消费者体验和感受更加智能、健康、便捷生活的愿望。



图片由被采访者提供

## 家电换新“换”出更高品质生活



周日,在苏宁易购南大街店,家电“以旧换新”活动正在火热开展,导购人员热情地向有意购买家电的顾客介绍着活动内容。

“来看看空调,听说‘以旧换新’活动补贴力度大,算下来可以优惠上千元。”市民吴女士准备购买一

款低能耗空调,店内的“以旧换新”活动为她带来了不小的实惠。

吴女士说,以前旧家电的处理是个麻烦事,要花钱请人拆除搬走,现在商家大多都能提供上门收旧服务,不仅为消费者免除换新顾虑,还能在购买新家电时享受到实实在在的优惠。

记者在店里看到,除空调以外,电视、冰箱、洗衣机、抽油烟机等多种家用电器均可参加“以旧换新”活动。同时,商家还积极与各大品牌合作,共同推出多项优惠活动和产品,吸引消费者参与。

“家电‘以旧换新’我们一直都在做,也在大力宣传,确保新一轮‘以旧换新’政策第一时间

惠及消费者。”苏宁易购南大街店负责人告诉记者。

“商家支持上门‘送、装、拆、收’一条龙服务,满足了消费者的多样化需求。”正在该店选购家电的市民张先生告诉记者,家里旧空调是定频的,虽然还能使用,置换也不是刚需,但他想借此机会换台更智能、更节能的变频空调。张先生在咨询“以旧换新”活动后得知,叠加各项优惠之后,自家的旧空调还可抵450元。选购完成后,工作人员立即送货、安装和拆卸旧空调,下午张先生就用上了新空调,1级能效、宽温运行、WiFi智控、智能变频、干湿分离、净味除菌……一家人都很满意。

## 热力显现“换”活未来存量空间

在全新场景、换新补贴、即时零售带动下,苏宁易购“618”门店消费持续高涨。数据显示,“618”期间,苏宁小店攻略加速落地,拉动整体门店客流同比翻倍。据相关数据显示,门店以旧换新订单环比增长46%,万元以上手机订单量同比增长70%,换新消费呈现绿色健康、智能健康、一站购齐的主流趋势。

新场景激活新消费,苏宁小店攻略推动城市“家消费”提质升级。据悉,“618”期间,空调中高端品牌份额提升明显,新一级空调销售占比超9成,厨房空调同比增长超500%,人气爆款海信X628新风空调同比增长80%。冰箱和洗衣机中高

端产品增长同样亮眼,COLMO对开门冰箱销售同比增长超170%,TOP单品小天鹅滚筒洗衣机同比增长500%。

记者在采访中了解到,在家电家居一体化趋势下,消费者换新时更青睐超薄零嵌、便捷智能的新质家电。苏宁易购“618”全程数据显示,创维壁纸系列电视销售同比增长74%,老板嵌入式蒸烤炸一体机、西门子全能舱Pro洗碗机增长均突破400%,成为厨卫热销单品。此外,“618”期间苏宁易购门店3C以旧换新订单量同比增长超100%,AI智控、高端影像体验等成为消费者关注重点。

## 科技创新“换”得家电智慧升级

“之前的洗衣机只有洗涤和甩干功能,能耗还高。现在新换的洗衣机新增了羊毛洗、空气洗、烘干等功能,还符合国家一级能耗标准。”市民陈先生告诉记者,不仅是洗衣机,近两年家里的冰箱、打印机等大小家电都进行了更新换代。相比旧家电,新家电更智能、功能更丰富、能耗更低,“科技改变生活,换了新家电,家人明显感觉生活品质提高了。”

在业内人士看来,家电行业是中国制造业的优秀代表,是中

国最先发展起来、最具国际竞争力的行业之一。和陈先生一样,不少消费者的家用电器经历了多次“以旧换新”,其背后是家电行业在技术创新道路上的深耕不辍和持续更新。

“自20世纪80年代家电产品进入中国市场以来,我国家电产品经历了持续的技术更新迭代,有些产品在国际市场上居领先地位,新一代家电产品在性能、安全及环保标准等方面都有质的飞跃和提高。消费者以旧

换新,换的是日新月异的科技和更高品质的生活。”业内人士表示,在冰箱、洗衣机、家用空调等传统品类以及家用扫地机器人等新兴品类上,国内家电已进入科技创新领跑阶段。

海信可卷曲激光电视、创维壁纸电视、万和智慧浴室、惠而浦嵌入式厨电、华为全场景智慧生活解决方案……越来越多的家电智能化、数字化产品奔涌而至,展示着新时代智慧生活的美好图景。



传统又现代,时尚又个性

## “新中式”黄金首饰热度飙升



■记者 周静

“穿搭是新中式,首饰也要新中式。”随着年轻人的“血脉”觉醒,“新中式”的风越吹越热。在金光闪耀的珠宝世界中,消费者对黄金的选择正在经历一场前所未有的变革,黄金消费进入新的阶段,传统的克重黄金已不

能满足现代消费者的需求,而“不撞款”的“新中式”复古风镶嵌黄金饰品,正以其独特的魅力成为市场新宠。

近日,记者在武进人民商场内的龙城黄金了解到,店内众多一口价时尚“新中式”镶嵌款黄金,以其独特设计和工艺深受年轻消费者喜爱。门店销售员告诉记者,在黄金1.0时代,人们更看重黄金的增值投资潜力,而在金价高位的黄金2.0时代,如何在保值与美丽之间找到平衡,成为了众多消费者的新课题。

正在挑选戒指的消费者小张告诉记者,“看了几款当下流行的复古戒指,款式精美、时尚,虽然是单价较高的一口价款,但考虑到其佩戴特点和独特外观,仍然决定购买。”

记者了解到,一口价时尚镶嵌黄金的价格中,不仅包括黄金本身

价值,还包括设计、工艺、品牌等多方面价值。这些需要设计师和工匠们投入大量时间精力,价格自然会更高。相比之下,克重黄金虽按市场金价售卖,但往往缺乏这些额外价值。在黄金2.0时代,年轻一代不再满足于简单的攒金豆方式,而是追求更具象征意义、能提供情绪价值的时尚单品。一口价时尚镶嵌黄金以其独特的设计和工艺,满足了消费者对时尚和个性化的追求。

作为常州本土时尚黄金品牌,龙城黄金近年来不断发挥在镶嵌工艺上的优势,运用非遗传统技艺,将黄金与其他珠宝进行交织镶嵌,使产品造型更立体,赋予黄金饰品更现代灵动的时尚感,不仅展现了佩戴者的品味与个性,更在无形中传递了传统文化与艺术的魅力。

