

随着数字经济发展和智能家居时代的到来,90后、00后正逐渐成为家电消费的主力军。他们更愿意为了那些具有高颜值、强功能、强社交属性的“年轻”家电买单。在这股年轻消费势力浪潮下,功能强大、设计感强的智能化、个性化产品成为各大家电品牌争夺年轻消费者的关键一招。



建行动态  
善建者行 成其久远

## 建行大同分行 全面提升网点综合竞争力

本报讯 为不断增强网点竞争力,近日,建行大同分行从细节入手,从小事抓起,加大对于服务水平的督促力度,持续提升网点服务水准。

该行以上级行规范化改造为契机,在网点装修、服务设施配置、“劳动者港湾”等方面尽量做到人性化。重点突出智能化、一体化银行服务功能。网点设置智能服务区、自助服务区、现金服务区、非现服务区、电子银行服务体验区、便民服务区、客户休息区等区域,以满足客户的不同需求。网点“劳动者港湾”还配备了便民服务箱、急救药箱、残疾人通道等服务设施,从细节入手为客户提供周到的服务。

此外,该行加大对新业务的培训力度,不断提升员工职业素养。该行认真做好服务礼仪、服务技巧和业务操作的培训工作,进一步规范服务行为、强化服务技能,拓宽服务领域、提高服务效率。条线部门对网点一线柜员、个人客户经理进行服务礼仪、服务技巧、客户拓展等方面的培训;每周三开展“每周一课”,传达新业务、新知识、新理念,不定期进行专业知识和服务技能考核和竞赛,提升员工的服务意识和能力。同时,配备业务熟练、沟通能力强的大堂经理对前来办理业务的客户进行分流和引导,大大缩短了客户排队等候的时间,提高了客户满意度。

(丽华 晨霞)

# 家电圈聚焦年轻化产品

本报记者 高冬梅



## 年轻消费者爱上“年轻”家电

早在2019年的一份《消费电子趋势洞察与商业增长》报告就显示:要懒、要美、要潮,已成为新世代们的消费驱动力。有关专家也明确指出,年轻一代对于家电的艺术化具有更高的审美标准。那么,到底什么样的家电才能打动年轻人呢?

“家电不仅要好用,还要好看、好玩。”90后的晨晨给出的答案或许也代表了很多年轻消费者对家电的需求。

晨晨说她自己是一个超级厨娘,除了工作,业余生活她最爱的就是用

各种电器制作美味的食物。为此,她家的厨房“紧跟家电发展潮流”,什么样的厨房电器都有,微波炉、电烤箱、电饼铛、面包机、榨汁机、迷你电饭煲等等。“我买的这些厨电基本上都是智能家电,功能多,款式也都是很年轻化的,用喜欢的家电做饭更开心。”晨晨说,心情愉悦感觉做出的饭也更美味了。

北方电器一位销售负责人表示,年轻消费群体正强势崛起,智能、好玩、款式新颖、独具个性的年轻化家电更受年轻消费者的欢迎。

## 家电品牌纷纷推出“年轻”家电

为了获取年轻消费者的关注,获得年轻人的消费力,如今,各大品牌家电都卯足了劲,纷纷走上家电年轻化之路。记者走访多个家电卖场发现,如今,众多品牌家电在创新产品、促进家电年轻化上各显神通。

“现在90后、00后已成为消费的

主力军,他们购买家电的关注点也变得有所不同,高颜值、功能融合、新奇、小巧的家电更能吸引他们的注意。”某品牌家电销售负责人王先生表示。

在家电卖场内,一位销售人员介绍的年轻态智能家电套系深深地吸引了消费者:套系中的每一款产品,从外观到工业设计、性能、智能化体验等,全方位对接年轻用户需求。油烟机只需一声令下,香辣爆炒也不呛鼻,交互体验全面升级;气电双灶同煮的灶具,左边智能灶一键搞定蒸煮炖,右边猛火灶适合爆炒;在浴室场景中,电热水器拥有AI语音交互等功能,并通过连接APP还能实现一系列智能程序……

记者注意到,目前很多家电品牌都推出了面向年轻消费者的“年轻化定制产品”。家电销售负责人王先生表示,“年轻化”是家电产品迭代更新、抓住主力消费群体的过程。不过,他认为,家电品牌应该在细分领域找准自身的定位,通过错位发展和个性化发展,才能更精准地锁定用户群体。

## 选购洗烘一体机注意区分

目前,市场上热销的洗烘一体机大多性价比较高,价格不贵,还在产品的功能配备上满足了时下消费者的使用需要,因此,深受消费者喜爱。但消费者在选购洗烘一体机时,一定要分清是洗衣机和烘干机分开放置的一体机,还是融合洗烘功能的一体机。

据了解,洗烘一体机的烘干方式分为直排式和冷凝式两种。直排式是空气经过加热器被加热后,加热衣服,变成湿热空气排出室外,形成循环,不断地将衣物的湿气排走,达到烘干衣服的目的。直排式洗烘一体机衣物中蒸发出的水分会直接被排放到周围环境中,安装时需要考虑。冷凝式是空气经过加热器被加热后,进入筒内加热衣物,筒内变为湿热空气,再通过冷凝系统,将湿气凝固成水收集到蓄水盒中,形成循环,不断将衣物的湿气排走。

据上悦城家电卖场一位导购介绍,选购洗烘一体机时,一定要分清是洗和烘分开的一体机,还是“洗烘一体”机。洗烘分开的组合通常是并排放置在一排或是上下叠加,而洗烘一体机集合了洗衣机和干衣机二者的功能,占用空间较少。在干衣效果上,洗烘一体机的干衣效果比不上独立的热泵式干衣机。而且洗烘一体机的容量有限,衣服的舒展程度或许与独立机有一定的差距。

梅方

## 全新第4代帝豪大同上市



8月28日,吉利第4代帝豪轿车在大同庞太汽车园区吉利友瑞4S店正式上市。新车推出1.5L-5MT和1.5L-8CVT两种动力,共4款车型,官方指导价6.99万-8.89万元。

第4代帝豪运用了最新的“家族化”设计风格,车头部装有“能量音弦”式前格栅,内嵌有黑色车标,两侧前大灯造型简约。车身侧面前后比例协调,优秀的车形曲线让新帝豪拥有了0.27Cd的风阻系数以及更低的车身重心。新车的车身尺寸长宽高达到了4638/1820/1460mm,轴距2650mm,有效保证了车内的头部空间,更符合家用车型定位。

内饰上,新车车内灰蓝双色软包装突显出了家用车的温馨感,仿皮座椅包裹性强,乘坐体验舒适。皮质方向盘的手感十分细腻,亮黑色的实体多功能按键操作起来便捷可靠。12.3英寸全液晶数字仪表盘加上10.25

英寸中控悬浮屏科技感十足,车载语音识别控制、实时路况导航及内置的多款APP,操作简单,运行流畅。

动力方面,第4代吉利帝豪全系搭载1.5升自然吸气发动机,最大马力114匹,峰值扭矩147牛·米,有五挡手动或CVT变速箱配置可以选择。发动机匹配的CVT自动变速器可模拟8级变速,采用了液力变矩器结构设计,传动效率更高,动力输出平顺。小体积轻量化设计的全铝缸体发动机配有进排气可变正时系统、全塑进气歧管系统、独立点火系统,进一步提高了整车的动力性能和燃油经济性。

据吉利友瑞4S店市场专员李静介绍,新车上市的同时,吉利厂家为购车客户准备了多项惠购措施:10月31日前订车的客户可享受1000元订金抵5000元的福利,另可享4年8次免费基础保养服务及购车36期0首付0利息金融政策。

广告信息

## 建行大同分行 开展“内控合规管理建设年”活动

本报讯 为深入开展“内控合规管理建设年”活动,近日,建行大同分行采取多种措施压实责任,进一步强化组织推动。

该行采取的具体措施为:一是印发“内控合规管理建设年”活动方案。根据监管部门及上级行要求,建行大同分行印发《大同分行“内控合规管理建设年”活动实施方案》,并经该行2021年第23次党委会审议通过,要求各级机构落实“一把手”负责制,统一领导、统筹协调“内控合规管理建设年”各项工作。二是成立“内控合规管理建设年”领导小组。为切实推动专项治理活动的落实,该行成立“内控合规管理建设年”活动领导小组,明确工作职责,统筹全行“建设年”活动。三是增补修订2021年内控合规工作要点。对《2021年内控合规工作要点》进行增补修订,将“内控合规管理建设年”活动作为该行2021年度经营发展的重要任务,列入合规重点工作计划和考核内容。四是组织推动“内控合规管理建设年”活动。把“内控合规管理建设年”活动纳入年度重点工作计划来落实,全行联动,掌握“内控合规管理建设年”活动方案中10个方面、82个工作要点,熟悉4个阶段的工作内容,扎实推进工作开展,并坚持“早”字为先、“快”字为上、“实”字为要、“干”字当头,以“内控合规管理建设年”活动为契机,不断提升护航新金融行动的合规保障能力。

(左语 晨霞)