

盲盒+小家电=潮玩家电?

本报记者 王伟

家电盲盒要来了?

近日,多个招聘平台出现泡泡玛特公司正在招聘冰箱、小家电领域开发设计人才的消息。这家因“LABUBU”盲盒娃娃风靡海外,让全球年轻人为之“上头”的中国潮玩品牌,正在将业务触角延伸至小家电市场。

潮玩+家电将碰撞出何种火花?泡泡玛特跨界究竟打着什么算盘?

泡泡玛特进军小家电

今年以来,随着“LABUBU”玩偶盲盒走红全球,泡泡玛特市值持续攀高,一度冲上3300亿港元。与此同时,“不差钱”的泡泡玛特也在大张旗鼓地拓展经营品类:6月15日,泡泡玛特首家独立珠宝店“popop”在北京开业;泡泡玛特还成立了电影工作室,将推出《LABUBU与朋友们》动画剧集和大电影。

进军珠宝和影视业之后,泡泡玛特这次将目光移向了小家电领域。

记者在招聘网站看到,泡泡玛特发布的岗位信息显示,泡泡玛特未来可能会推出自己原创设计的小家电及复古冰箱等产品。以小家电研发工程师为例,该岗位薪资范围在1.5万~2.5万元,提供13薪,主要负责参与小家电产品开发结构设计、风险分析、需求/技术可行性分析,参与新产品项目前期所需模具的开发和评审等相关工作,该岗位要求大专及以上学历,电子、机械设计、模具设计、机械类、模具、材料等理工科相关专业,具备10年以上小家电同类产品开发经验。

此次泡泡玛特入局小家电引得外界遐想不断。有网友猜测,泡泡玛特或将推动其“LABUBU”等自有IP形象与家电产品结合,未来消费者有望购买到LABUBU联名款冰箱、ZIMOMO联名款电饭煲等产品。

对此,有专家表达了对泡泡玛特发展可持续性的质疑。“我能够理解泡泡玛特想要从次刚需行业向刚需家电行业拓展的想法——可以利用自己拥有的中高端年轻化群体优



势,直接接触消费者,开启年轻化家电的普及。”奥维云网(AVC)小电事业部高级研究经理严雨露告诉《中国电子报》记者,“家电与IP联名的形式曾经在2020年流行过一段时间,但并未掀起更大水花。”

事实上,“联名IP”已经成为常见的品牌营销方式,很多家电品牌会根据消费者的兴趣偏好,利用相关IP拉近与消费者的距离,进而促进购买行为。家电与知名IP联名已经屡见不鲜,例如海尔推出米奇、超能陆战队、冰雪奇缘和头脑特工队主题定制系列冰箱,美的推出草莓熊IP联名空调,科沃斯与漫威联名推出了钢铁侠扫地机器人,科西推出哆啦A梦联名款吹风机,金稻推出Line Friends联名款直发夹,九阳联合宝可梦推出了养生壶、果汁机、调奶壶等产品……

但是泡泡玛特作为众多IP拥有者主动进击“家电”市场,还是比较罕见的商业现象,特别是在小家电市场已经走出高速增长的时代。奥维云网数据显示,2024年,中国小家电产品市场全渠道零售量为2.79亿台,同比增长0.3%;零售额为609亿元,同比下降0.8%。中国小家电市场整体呈现量增额降的发展态势,意味着单

价下降、利润承压。同时,由于技术壁垒和单价较低,小家电品牌竞争激烈。公开数据显示,我国小家电生产厂商超过45万家,已经是“红海”市场。

家电业进入盲盒时代?

正处于“上升期”的泡泡玛特此时入局“小家电”市场,究竟打着什么算盘?

有产业专家认为,作为潮玩头部企业,泡泡玛特想要持续扩大潮玩的产品辐射类别,从玩具拓展至实用消费品,甚至拓展“盲盒+小家电”的营销模式。公开数据显示,我国潮玩市场规模持续增长,预计到2026年,潮玩产业总规模将攀升至1101亿元,年均增速超过20%。

GfK中国家电洞察研究负责人王宏吉认为,泡泡玛特意在开辟全新的“潮玩家电”赛道,而非与传统家电企业正面竞争。亲自下场设计家电,可更好地将IP与家电融合,打造独特产品,实现从“IP→颜值→情感”的逻辑。王宏吉表示:“泡泡玛特亲自设计家电,能更深入地挖掘存量粉丝价值,让粉丝从购买潮玩延伸到购买家电衍生品,转化路

径更短,粉丝接受度更高。”

同时,颜值和产品外形是单价不高的小家电销售的重要影响因素,泡泡玛特的诸多IP就有了大展拳脚之地。

“泡泡玛特手握Molly、Dimoo等头部IP,核心粉丝集中在18~35岁。这些粉丝对IP有情感基础,泡泡玛特推出萌趣联名款家电,能精准抓住这部分年轻市场。相比传统家电企业,泡泡玛特更懂年轻消费者喜好。”王宏吉告诉记者,相比传统家电关注产品参数和效率,泡泡玛特则更关注体验价值,可通过IP将“惊喜体验”延伸为生活场景的“情感陪伴”,让小家电不仅是工具,更是承载生活仪式感的器物,满足消费者情感需求。

在年轻人习惯为IP盲盒买单之后,泡泡玛特或将开拓一种新的小家电销售模式——盲盒小家电。

“泡泡玛特有望将‘盲盒法则’注入小家电定价体系,开拓创新销售模式,例如推出限量联名款盲盒家电,让消费者为惊喜买单。在销售渠道上,泡泡玛特线下2000家门店可改造出家电体验区,私域流量转化率能够超出传统家电渠道3倍,可以有效促进销售。”王宏吉说道。

vivo发布新一代折叠旗舰手机

本报讯 近日,vivo正式发布新一代折叠旗舰vivo X Fold5,机身重量217g,轻于vivo上一代折叠屏X Fold3的219g。

新机在减重的同时还实现了进化,新机展开态薄至4.3毫米(钛色),折叠态厚度控制在9.2毫米,结合立边金属中框的微弧设计,提升了握持舒适度。

“三防”能力是这款机型最突出的特点。X Fold5是支持IPX8/IPX9防水、IP5X防尘及-20℃防冻的“三防折叠屏”。其防水特性可在1米水深环境下支持1000次折叠;极寒适应性保障-20℃环境下的持久使用(如20小时通话、近10小时导航),甚至在-30℃仍可维持电池

供电。

在续航配置方面,vivo X Fold5内置等效6000mAh蓝海电池,实测数据显示,其连续视频会议达13.6小时,较前代提升21%。

充电方面支持80W有线闪充、40W无线闪充及反向充电,充分保障手机的续航能力。

影像系统方面,搭载蔡司三摄组合。其中5000万像素IMX882潜望长焦(3X光学变焦,70mm等效焦距)具备强劲的对焦速度和进光量,支持85mm黄金人像焦段与20倍长焦微距;主摄为5000万像素IMX921传感器,且配备vivo S30系列同款经典负片滤镜与AI画质增强技术。(机讯)



荣耀正式启动IPO

本报讯 6月26日,据中国证监会官网披露,荣耀终端股份有限公司(以下简称“荣耀”)已在深圳证监局进行上市辅导备案,辅导机构为中信证券。自2020年从华为独立,经过近五年的浮沉,荣耀正式迈出了A股IPO的关键一步。若上市成功,荣耀或将凭借其“阿尔法战略”,成为A股市场上首家以AI终端生态为核心定位的企业,重塑资本市场对科技硬件公司的估值逻辑。

根据披露的荣耀首次公开发行股票并上市辅导备案报告,其成立于2020年4月1日,注册资本为3223894.7581万元,控股股东为深圳市智信新信息技术有限公司,现直接持有公司49.55%股份,属于计算机、通信和其他电子设备制造业(C39)的行业分类。

2024年12月28日,荣耀完成股

份制改造,公司名称变更为“荣耀终端股份有限公司”。今年3月,荣耀CEO李健履新首秀,发布阿尔法战略(HONOR ALPHA PLAN),宣布从智能手机制造商向全球领先的AI终端生态公司转型,这也是今年1月荣耀管理层变阵后首次召开发布会。会上,李健宣布,荣耀未来5年将投资100亿美元(约合人民币728亿元),与全球合作伙伴构建一个开放、共创、价值共享的AI终端生态体系。

目前,荣耀向AI转型的“阿尔法战略”正加速落地,新一代AI折叠屏旗舰手机荣耀Magic V5定档7月2日发布。荣耀持续加码AI基础研发,构建开放生态体系,已拓展至机器人等前沿领域。随着上市进程推进,其AI生态协同效应与战略纵深布局,将重塑消费电子与人工智能产业竞合关系。(文编)

中国电子报

全媒体

权威性高 传播力强 覆盖面广 影响力大

融媒体服务

中国电子报

中国电子报

中国电子报

中国电子报

中国电子报

中国电子报

- 报纸出版
- 官方网站 (电子信息产业网www.cena.com.cn)
- 官方微信 (公众号cena1984)
- 官方微博 (http://weibo.com/cena1984)
- 视频平台

- 视频服务 (视频制作、在线直播、在线会议等)
- 平台推广
- 内参专报
- 行业报告
- 图书出版

会赛展服务

2024全球数字经济大会

2024全球数字经济大会

2024全球数字经济大会

2024全球数字经济大会

2024全球数字经济大会

2024全球数字经济大会

- 会议活动
- 专业大赛
- 展览展示
- 专业培训

- 政府服务
- 指数发布
- 编辑推荐
- 产品评测

- 企业定制
- 舆情监测
- 数据营销
- 招商引资

立足电子信息业 服务新型工业化

中国电子报社创建于1984年。目前拥有集报纸、网站、微信、微博、音视频、第三方平台等全媒体服务,集会议活动、展览展示、专业大赛、定制服务等会赛展训服务于一体的立体化、多介质系列产品,是促进行业高质量发展的“喉舌”与“纽带”。

《中国电子报》是具有机关报职能的权威媒体。《中国电子报》全媒体面向工业和信息化领域,聚焦集成电路、新型显示、智能终端、信息通信、人工智能、物联网、工业互联网、移动互联网、大数据、云计算、区块链、应用服务等电子信息完整产业链。

《中国电子报》全媒体日均触达用户量超过200万。

国内统一连续出版物号: CN11-0005

邮发代号: 1-29

官方微信

官方网站

在这里让我们一起把握行业脉动

www.cena.com.cn

地址: 北京市海淀区紫竹院路66号赛迪大厦18层

电话: 010-88558808/8838/9779/8853

传真: 010-88558805

广告