

实探郑州百脑汇数码广场：

数码市场迎来意外大爆发



疫情之下，云办公、云上课以及各类商务活动都要通过线上进行，数码产品需求大幅提升

“想不到，根本想不到。”说起2020年的开端，在郑州百脑汇卖数码产品的李先生连说了两个想不到。李先生告诉记者，他没有想到一场疫情给全国人民带来这么大的影响，也没有想到自己的生意在危机之下却迎来了意想不到的爆发。

疫情之下，大部分的行业都受到了冲击，不少小商户甚至陷入困境，而李先生店里的订单却逆势增长，他的生意只是“意外幸运”还是随着数码产品行情“水涨船高”？对于同样做数码生意的小商户们，他们复工后的情况究竟如何？4月4日下午，记者走访了位于郑州市金水区东风路与文化路口的郑州百脑汇数码广场。 □东方今报·猛犸新闻记者 李莉 ■见习记者 王琳 实习生 聂燕阁/文图

危机之下暗藏商机，数码市场迎来意想不到的爆发

“生意挺好的，每天平均成交10台左右。”在数码广场一楼的赵先生主营联想电脑，连带着销售各种数码零件。他告诉记者，他们3月9日恢复了营业，生意一直不错，每天的客流量在30组左右。

商场一个多月没有开门，问及疫情对生意造成的影响，在数码市场卖了7年电脑的周先生有自己的看法，他表示，疫情对数码行业既是

危机，也是商机。疫情之下，云办公、云上课以及各类商务活动都要通过线上进行，笔记本电脑作为工作或者学习的必要工具，需求大幅提升。

在走访的过程中记者发现，在疫情的影响下，其他零售行业普遍受到冲击，而在整个数码行业，除了少数商户实实在在被“封”在家里一个多月之外，大部分商户的生意却表现得异常“红火”，这一情况也得

到了在郑州智汇城做数码生意的老板李文岩的证实。

以自己为例，李文岩告诉记者，年前囤了价值200多万元的数码产品，主要是笔记本电脑，接到商场延期开门的通知时他愁眉不展，但是没想到，过了年之后，找他咨询产品的电话和微信一直没停过，刚过了年20多天，他囤的产品就被抢购一空，与疫情之前相比，每天的订单是原来的3倍左右。

多数商家靠线上引流实现订单逆势增长

说到商场关门了一个多月，订单却能逆势增长的原因，李文岩向记者透露，当时也是没有更好的方法，只能把希望寄托在店里平时积攒的粉丝群和电商平台上，没想到结果让人意外惊喜。

“每天能接到30到50个电话，成交率能达8成左右。”李文岩表示当时主要靠线上引流，闭店了但是没“停工”，他们每天都会发微信群和朋友圈发布产品信息，并时刻守着店里的线上平台，以便随时跟客户沟通，店里囤的货根本没等到商

场开门就已经销售完了，随后又补了300多万的货。

“我们仅线上就有5个店，销量都还不错，每天最少出个十几台。”跟很多做线上店铺不久的商户相比，主营惠普电脑的老板张先生早就尝到了线上引流的甜头。

张先生告诉记者，他们店里3月9日恢复营业，刚开始店里的客流量不大，一天进店不过几组客户，但是对他们并没有太大影响，闭店期间，很多客户通过网店成交，恢复营业之后生意更加稳定，下一步他

还打算再开几家网店。

记者发现，在整个百脑汇数码市场，通过线上引流获取订单的方法并非秘密，大多数的店铺都有自己的粉丝群和网店，除此之外，有的在疫情期间还尝试了直播。店员小于告诉记者，疫情并没有对他们店造成什么影响，相反，疫情之后，人们对电脑的需求增加了。直播是他们店里的首次尝试，刚开始销量不是太好，但是感觉将来会是一个趋势，他们还会继续做下去。

平板电脑等直播设备市场或将迎来新的机遇

“除了电脑，最近购买配件的也挺多，甚至连摄像头、打印机销量都不错。”在数码市场摸爬滚打了十年有余的“老江湖”王先生告诉记者，根据他的观察，平板电脑等相关直播设备市场或将迎来新的机遇。

王先生分析，疫情期间人们不得不宅在家里，无论是为了上网课、打游戏，还是为了直播，都大大增加了平板电脑的使用率，越来越多的用户需求被这场疫情给激发出来了。

据市场研究公司NPD公布的

报告称，疫情的暴发迫使人们在家工作，从而促使键盘、鼠标、显示器和笔记本等电脑配件和产品的销量激增。NPD报告显示，3月的前两周电脑显示器销量翻番，达到了8万台，与此同时，笔记本、鼠标和键盘销量也均增长了10%。另外，B2B(企业对企业)的销售量也有所增长，2月份最后一周面向企业的笔记本销量同比增长30%，3月份前两周增长50%。

“线下实体渠道受挫促使很多门店开始尝试短视频或者直播卖

货，也增加了对于直播设备的需求。”智汇城三楼的李女士店里销售平板和各种数码配件，她的客户里有很多是做零售的，疫情期间看到了视频直播和短视频带来的红利，便开始向线上转型。

然而，无论是直播卖货，还是拍摄短视频仅仅靠一部手机是不够的，他们需要更高质量的拍摄设备和配件。在李女士看来，此次疫情的影响将会使平板电脑在教育、娱乐、工作、直播带货等多方面获得新的机会。

专家建议

抓住时机精准定位 有针对性地定向营销

一场疫情，全国多数行业受到影响，各个行业线下实体渠道未能幸免，然而危机之下，暗藏转机。云办公、云上课、直播等多种新形态开始蓬勃发展，对于商家而言，多渠道多形式运营，不仅能够解决当前生存困境，也极大地提高了销售效率，降低了销售成本。

太平洋证券指出，相较于其他消费电子产品受疫情引发的消费减缓冲击，电脑作为工作或学习的必要工具，影响层面较低。而疫情带动的新工作与学习形态变化是具有全球性的，因而这一需求增量的带动规模是较为明确且客观的。

然而，市场瞬息万变，对于小商户而言，如何才能抓住危机中的机遇，寻求新的突破和增长？

北京师范大学政府管理研究院副院长、中国商业经济学会副会长、华德榜创始人宋向清表示，此次疫情的影响，使得平板电脑等数码产品在未来工作、在线教育、直播带货等多个领域获得新的商机。对于商户而言，恰好是一个相对有利的时机，商户们应该抓住机会，扩大销售半径和销售规模，比如说可以结合自身情况做一些促销，扩大受益人群，寻求新的突破和增长。

此外，根据行业特点，可以进行针对性的营销。宋向清表示，可以联合厂家共同打造从厂家、商家到消费者的市场链条，适当地加大促销力度，跟其他行业进行合纵连横。宋向清举例，电脑可以面向有会议需要的企业，直播产品可以面向相关的直播从业者，针对特定的人群进行定向的营销，精准定位，细分市场。不过，宋向清也强调，在市场比较有利的情况下，商户最重要的还是把产品质量和服务做好，能够迎来更多的回头客，获得市场更好的口碑，这是长期保持可持续发展的一个保证。