

“真香”还是“智商税”？ 关于空气炸锅，网友吵翻了

可能没有一个厨房小家电能像空气炸锅那样，在江湖上有“爱之者众，恨之者切”的极端名声。作为近几年小家电里的话题担当，它既可以托起一个企业上市，也可以排入2021年度闲鱼二手物品交易平台“最没用”物品排行榜第一。



在售的空气炸锅不少都有“呆萌”外表。

A 年轻人的新欢

“如果要我推荐一个厨房小家电，那我一定会说：你买空气炸锅吧，太好用了。”市民陈女士在去年成为“空气炸锅党”，使用了一段时间之后，她忍不住在朋友圈分享了自己的体验。

因为工作繁忙，她和先生下班时间较晚，但也不能天天吃外卖，于是在网上花了500多元买了个苏泊尔的空气炸锅。“现在我们家晚饭基本都是由它出马做主菜，红烧肉、烤鸡，还有馅饼什么的，做得都很好吃。想换花样，就做得爆浆鸡排、烤饼，小红书上一堆攻略。而且占地不大，清洗也比较容易。”陈女士说，现在她已经把烤箱打入“冷宫”，专心用空气炸锅了。

无独有偶，市民洪先生家里也是高频使用空气炸锅。“用来做早餐很合适。早上起床只要把料放进去，定个时就可以了，等到洗漱完毕早餐也做好了。”

在国美电器东门口店的厨电专柜里，记者看到了多款空气炸锅。它们的体积不大，大多长得“呆萌可爱”。在功能上可以处理包括肉类、鱼虾类、杂粮类、甜品类等多种食物的制作。

销售人员介绍说，目前线下品牌集中在九阳、苏泊尔、美的，线上的选择更丰富，还有不少国外品牌出售。购买炸锅的多数是年轻人，懒得动手或者不会做菜，就用它代替了。

记者留意到，这些产品的价格从200多元到1000元不等。“现在四五升大小的空气炸锅价格在两三百元，煎炸炒几乎都可以做。年轻人喜欢的鸡翅、鸡块，放进去就不用怎么管了，很方便。”工作人员表示，“门店销量好的时候，一天有几十台的量。不过，网上直播间卖得更多，据我们所知，很多品牌一场直播能卖掉几百台。”



闲鱼发布的2021年度十大“无用”商品。来源于闲鱼

B 冰火两重天

2月18日，浙江比依电器股份有限公司正式在上交所挂牌上市，成为“国内空气炸锅第一股”。短短一个多月，股价从12.5元涨到了21元多。

随着“宅经济”“懒人经济”带来的小家电行情逆势增长，空气炸锅也成为了近几年最受消费者青睐的网红小家电之一。据京东购物平台发布的官方数据显示，空气炸锅目前在消费者最关注的品类中，排到了前五。从传统家电品牌到新晋品牌，都力争在空气炸锅领域圈下自己的地盘，赛道用“火热”来形容一点不为过。

当然，也不是所有人都对空气炸锅有好感。市民钱先生就觉得自己买了个鸡肋。“这东西本来就是适合懒人，但真正用起来又没让你懒到极致，比如没有定时启动，每次都要自己动手上发条。而且除了做肉类比较合适外，其他做出来的味道都一般。我们家买来只用了两次，就束之高阁了。”

而在今年年初，闲鱼根据“用不上”“积灰了”商品发布数据整理的2021年度十大“无用”商品排行中，空气炸锅排名第一。此外，关于空气炸锅使用率不高、可能致癌等话题的帖子在网上也屡见不鲜。网友的槽点包括但不限于：说好是无油健康的，其实是使用肉类自身油脂，这不算偷换概念；新鲜劲一过，才发现能做的就那几样，很容易就积灰了；就是一台加了风扇的小烤箱，并不比家里的烤箱出色多少；因为在家操作方便，原本一周吃一次的炸鸡变成了一周3次，反而吃得更不健康了；看了几篇关于空气炸锅制作过程中可能有致癌风险的文章，虽然不知道真假，但总觉得慌兮兮的……

从功能上来说，空气炸锅其实和多种厨电有着交集，而其之所以能突然红火起来，跟挑中了“懒人经济”“宅经济”“家电新潮流”等主题以及选择在线上“带节奏”的营销方针不无关系。不过，这一做法风头是来得快，走得更让人猝不及防。

生产端似乎也注意到了这一问题，因此在如今的产品中可以见到越来越多的进阶功能。从自动加水保湿，到设计可视窗再到智能操控，小锅们的努力肉眼可见。

事实上，每款产品生存的底层逻辑，不外乎消费需求。“不看广告看疗效”，解决消费者的需求点，而非刻意放大大部分花哨功能，挑战消费者智商，才是炸锅们走得更远的法宝。记者 黎莉 文/摄

“文明健康 有你有我”公益广告

分餐而食 更安全



浙江省委宣传部 浙江省文明办