

宅在家 这些家居用品也有新商机

家用办公家具 取暖用品 抗菌家居产品迎来机遇



□ 本报记者 陆俊

由于新型冠状病毒肺炎疫情,很多人不得不躲在家里。家,作为安全港湾的重要性得到了空前的提升。虽然在家“躲疫”期间,大部分消费都停止了,但另一方面,却推动了“宅经济”。很多平常不用的家居用品受到青睐,一些不适合疫情期间使用的家居用品被淘汰、换代。而在居家办公,更推动了相关产品的消费需求。

家用办公家具将成为消费热点

疫情期间,很多不能到单位上班的人,改在家里工作,这一重要的变化,对“宅经济”带来了明显的推动作用。在家办公,首先一个需求就是办公家具及办公用品。但是这种办公家具及用品不是传统办公室使用的那种,而是适合

家庭使用的特殊办公家具。这是一种新的消费需求。

据专家介绍,由于绝大部分的家庭没有办公室那种宽大和开放的空间,因此对于在家办公的办公家具,有独立、小巧、多用、轻便等特殊要求,这是普通办公家具所不具备的。据记者了解,其实,满足这类在家办公要求的办公家具,在市场上已经出现并且受到了不小的关注。

变身家具,就是一种满足家居和办公使用的新兴家具品种。不久前,记者在一个专业展览会上就看到这种新型家具,这种家具,白天是办公桌,满足工作、办公的要求,晚上变回居家桌椅,成为生活、休息的用品。

其实,很早之前市场上就出现了变形办公家具,这种家具主要是针对小户型家庭的。床可以和书柜合为一体,餐

桌可以变形成为办公桌等。这些变形家具可以为小户型腾出更大的空间,通过家具、家居设备的变形,完全改变家庭环境属性和用途,变身成为办公室。

记者看到这种家具的变形,在不大的一个空间内,床、沙发、衣柜等,完全是一间普通的卧室。但是随着工作人员启动变形程序,床翻转为工作台,衣柜变形为文件柜,房顶上还有升降装置,放下工作间需要的设备。瞬间,卧室变成了办公室。此外,客厅、餐厅也可以变形为工作室。

在疫情时期,大家都不能外出,有这种可以既是卧室、又是客厅、又是办公室的家里,无疑是最大的便利。家用办公家具,将是“宅经济”中抢眼的消费热点。

取暖用品成为必需

这次疫情期间正是冬季,由于长时间“宅在家”,很多平常不在家的年轻人家庭,很少使用的取暖器、暖风机、电热炉等,成为生活必需品,带动了这类产品的消费。据记者了解,南方是这类家居用品消费需求比较明显的地方。由于南方冬天没有暖气,平常家庭取暖主要靠取暖器、暖风机、电热炉等。如果在家的时间不长,对这类产品的需求不高,如果天天都呆在家里,家用取暖用品就会出现明显的消费。

据贵州毕节市一家超市的电器部销售人员介绍,今年过年前后,超市里除了方便食品,就是暖风机和电热炉的销售情况最好了。来购买的大部分是年轻人。往年,年轻人过年要么在外地旅游,要么在父母家,自己家里这类用品很少购置。但是今年情况特殊,很多年轻人天天在家里躲避疫情,不得不买暖风机和电热炉了。

抗菌家居产品迎来机遇

日前,据媒体报道,有一名确诊患者家中的门把手上,发现了新型冠状病毒的核酸,这对所有人都是一个警示。也带来了消费者对门把手、门锁类家居用品的再选择。

要让家里的门把手、门锁躲避新型冠状病毒的侵袭,有不多的选择,比如更换采用抗菌材料的新型门把手、语音识别和视网膜扫描的智能门锁等,是一些家庭可以实现的。由于这种智能门锁不需要手动接触开锁,可以有效隔绝病毒的传播。

据业内人士介绍,视网膜扫描的门锁,在市场上已经不是新鲜品种,一些大型智能门锁企业已经有产品上市,不过由于价格比较高,相比于指纹锁、密

码锁等,属于很高端的产品,一般消费者不会购买,市场份额很小。但是,随着这次疫情,消费者对家居安全的要求提高,这类门锁的消费可能会出现增长。此外,抗菌门把手、自洁门把手这类产品,也会出现消费增长。

由于疫情的影响,一些消费者可能会把自家的传统门锁更新换代,这对于新型门锁企业来说,是一次机遇。

在日常家居环境中,电话、鼠标键盘、电灯开关、水龙头等,也都是经常触碰而容易留下病毒的地方,造成潜在的间接传播风险,采用抗菌材料的家居用品,将是未来的一个消费增长点。

此外,业内人士认为,空气净化器、能过滤细菌病毒的新风系统等,也都是“宅经济”带来的消费热点。



2020年智能家居将出现政策+技术双轮驱动模式

智能随着5G的出现,AI和IoT两大技术落地,势必将加速行业发展,在消费升级的背景下,2020年智能家居行业或将进入政策+技术双轮驱动的爆发期。

智能家居作为国家重点关注的一项新兴产业,政策对于行业的发展至关重要。有关支持智能家居行业发展的政策早在“十三五规划”中就已提及:2016年,由工信部和国家标准化管理委员会共同印发的《智慧家庭综合标准化体系建设指南》提出,到2020年初步建立符合我国智慧家庭产业发展需要的标准体系;2017年初,智能家居又由原九大升级为六大重点领域应用示范工程之一;2018年10月,国务院印发的《关于完善促进消费体制机制,进一步激发

居民消费潜力的若干意见》,也明确提到了升级智能化、高端化、融合化信息产品,重点发展适应消费升级的智慧家庭产品等前沿信息消费产品。

在政策加持的背景下,智能家居企业越来越关注相关技术的研发和应用。据SooPAT数据显示,2010-2019年,“智能家居”的专利申请数量逐年增加,至2018年达到最大值5574项;2019年,专利申请数量小幅下降至2391项。总体来看,近几年智能家居企业对于技术研发的关注度颇高。

此外,在专利申请排名前十的企业中,除了排名第一的三星电子株式会社(专利数量:260项)是国外企业外,其余九家企业都是国内企业,一定程度上说明国内智能家居企业的研发

实力较好。

智能家居设备主要涵盖视频娱乐、居家监控安防和智能语音等大类。以可穿戴设备为例,2019年前三季度,中国可穿戴设备出货量增速始终保持在30%以上,第三季度增速达45%。

同时,2019年第四季度,擦窗机器人、洗碗机、蒸汽拖把在天猫年货节期间的成交量增幅分别达169.44%、187.88%和320%;扫地机器人、吸尘器、智能洗碗机等智能清扫产品在唯品会新春特卖节的销量增幅达42%。由此可见,智能家居设备市场需求旺盛,行业发展前景广阔。

目前,智能家居行业发展迅速,大量的巨头进入行业,行业内已形成了三大阵营。第一阵营为互联网巨头,代表

性企业包括百度、阿里巴巴、腾讯等;第二阵营是家电行业和3C企业,代表企业包括格力、海尔、华为和小米等等;第三阵营是提供智能家居设备或解决方案的企业,代表企业包括鹿客、斑马猫、欧瑞博等。

此外,在巨大的市场潜力诱惑之下,以华润、恒大、碧桂园和万科为代表的房地产商阵营也纷纷进军智能家居行业。随着房地产住宅业的政策调整,精装房或成为“大势所趋”。由“卖房

子”转变为“卖服务”,房地产商开始不断挖掘市场盲点。华润置业与小米联合探索智能家居;万达也牵手了TCL,在互联网应用及服务平台、商用显示(含电视)、IMAX影院、智能家居系统等业务开展合作;万科杭州与阿里云IoT签署合作协议,双方将在阿里云Link平台上打造全屋智能系统和智慧园区方案等等。智能家居作为和房地产相互依托的业态,成为了房地产行业利润增长的新标的。

东拉西扯

家居消费只是按下“暂停键”

□ 双木

这次新型冠状病毒肺炎疫情来势汹汹,家居业也是受损失惨重的行业之一。很多企业经销商都在哀叹经营艰难,存活不易。的确,受这次新型冠状病毒疫情影响,很多家居市场和生产企业到目前还没有营业,每天眼睁睁地看着亏损。但是,这种状态是暂时的,疫情一定会过去,市场一定会回暖。日前网上的一项调查就间接地证明了这一点:据

新浪家居发布的《疫情下的家居消费心态调查》显示,六成以上家庭不会因为疫情而放弃装修。也就是说,该有的消费,迟早还是要来。只不过是当前按下了“暂停键”。

暂停,就是短暂,市场的关闭是短暂的,企业的停产是短暂的,销售的停滞是短暂的。暂停以后,该有的消费,并没有消失,而是在积累。就像一位家居业大咖所说的,等疫情过去,家居消费一定会恢复甚至爆发。事实上,当前的疫情已经得到了

控制,虽然拐点还没有出现,但是每天的新增病例已经出现了持续性的下降,这就是一个好消息。困难的日子不会太长了。

对于大型企业来说,这样的情况可能只是有些损失,并不会带来伤及元气的影响,但是对于很多中小企业来说,当下的问题是想办法“抗”过这段困难时期。“抗”过去了,春天就来了。但是如果连这一短暂的困境都“抗”不过去,被淘汰也是应该的。

(搜狐焦点)

Vanward 万和
变频热水器
选万和
2018年湖南卫视《歌手》
官方指定产品

依丽兰 ENLEEN
全屋整装 定制家居
400-839-2658 www.enleen.com.cn

本刊支持单位:

中国室内装饰协会
中国家具协会
中国五金制品协会
中国工业设计协会
中国陶瓷协会
中国林产工业协会地板委员会
中国木材流通协会木地板委员会