

# 《2020中国集成灶消费指南》发布

□ 本报记者 陆俊

作为一种集吸油烟机、燃气灶、消毒柜、储藏柜等多种功能于一体的创新厨房电器,集成灶凭借节省空间、抽油烟效果好、节能 低耗环保等优点悄然兴起,并迅速俘获消费者的芳心。那么集成灶究竟有哪些产品创新?解决了哪些厨房痛点?在购买的时候应该如何选择?日前,中国五金制品协会与腾讯家居依托中怡康大数据,发布了《2020中国集成灶消费指南》,让消费者从初识集成灶,到能够选出一台适合自己的集成灶,成为纵横厨房的高手。

### 集成灶已经发展到第三代

《2020中国集成灶消费指南》指出,目前市场上的集成灶已经发展到第三代,根据外观及内部结构可以大致划分为深井式集成灶、侧吸式集成灶、侧吸模块集成灶。集成灶使住宅中最后一个污染源被彻底攻破,它的问世给以煎、炒、烹、炸等多种烹饪方式为中国厨房带来了深远影响,那些被烟熏火燎的心酸往事一去不复返。而如今的消费者对家庭生活的品质追求日益严苛,集成灶将成为未来厨房装修的主流,一场厨房新革命已然拉开了序幕。

数据显示,目前集成灶90%以上产



自浙江,在浙江主要集中在峡州、海宁两大板块。其余广东、江苏、安徽有一些零星分布,目前在业内尚不具影响力。2020年上半年集成灶品牌数量达到211个,机型多达1289个。据统计,过去五年间,集成灶的零售量年均增长32%,零售额年均增长35%。相比于传统的厨电品牌品类,集成灶这一匹“黑马”表现出了高增长性,可以说是拉动厨电市场增长的一个重要动力源。经过长期的外部塑造和自我进化,集成灶行业表现出几大趋势:产品方面,从结

构来看,“烟灶消”和“烟灶蒸”是消费者们最喜爱、接受程度最高的两大类。二者相比较而言,“烟灶消”的市场份额虽然略有下降,但仍然是主力军;“烟灶蒸”产品的市场表现更稳定。“烟灶蒸”产品日益受到消费者们的喜爱,份额扩张速度极快;复合型集成产品“烟灶蒸烤消”份额微增,但目前主力品牌尚未有涉及。

渠道方面,过去几年,集成灶的渠道主要以自营专卖店、加盟店、橱柜等渠道为主,在营销方式上,通过展销、团

购、博览会等方式进行销售。但是近两年,随着越来越多的品牌进入这一行业,渠道逐渐走向多元化,电商等开始成为主要销售渠道之一。线上家电市场也加大了对集成灶的支持力度。据统计,今年受疫情影响,上半年集成灶产品线上销售的比例高达38%。

### 2024年市场规模可达620亿元

相关数据预测,2019-2024年,中国集成灶行业市场规模依然会维持中高速增长态势,预计2024年集成灶销售规模可达620亿元。

由于集成灶行业的亮眼表现,传统厨电企业、厨电以外的家电企业、甚至家电圈以外的企业纷纷跨界涉足集成灶行业。

凭借功能全、占地少、设计更时尚等诸多优点,集成灶也越来越受到消费者青睐,成为厨电市场中当之无愧的新宠。根据中怡康数据,2016年全年集成灶零售量仅为90万台,2019年达到210万台,据预测,2020年销量将达到242万台。

### 选购集成灶的六大要素

销量的逐年攀升,表明消费者对集成灶的需求以及喜爱程度正在不断提高。然而,短期内大量企业的进入,导致集成灶行业鱼龙混杂。很多消费

者在购买时不知从何下手,想要选购优质并且符合自身功能需求的好产品,在购买的过程中应该注意哪些因素呢?《指南》发布了选购集成灶的六大要素:美观性——大小、款式合适,工艺精良,材质耐用,美观时尚;实用性——功能是否齐全,内部结构是否科学先进,有无重大创新的功能优势;安全性——是否有安全防护功能,如自动熄火保护装置等;可持续发展——节能、热效率高、环保、智能技术的运用等;清洗与售后——是否方便维修和清洗,售后服务是否完善;保障——产品经过国家检测,质量有保证,货比三家,货真价实。

《指南》向消费者推荐了几个集成灶品牌:美大A6蒸烤一体集成灶、亿田S8G蒸烤一体集成灶、火星人E5蒸烤一体集成灶、帅丰S65-7B-90蒸烤一体集成灶、森歌A8ZK蒸烤一体集成灶、海尔HX2防干烧集成灶、美的·悦厨Y36新一代独立蒸烤集成灶、金帝X900ZK蒸烤一体集成灶、万事兴B18ZKX3蒸烤一体集成灶、板川·欣动系列A20ZK-A蒸烤一体集成灶、蓝炬星·周迅2号消毒柜一体集成灶、万和VZK1蒸烤一体集成灶、万家乐JJZT-LJ6SD(B)微蒸烤智能集成灶、帅康GY970蒸烤一体集成灶。

## 英国家装DIY行业销售大增

严峻的新冠肺炎疫情形势令英国传统零售业受到了严重冲击,不过也有部分零售商逆流而上,在一片萧瑟之中有所斩获。与家居相关的DIY行业就是如此。为了防控疫情而采取的居家令限制了人们的出行,但却让英国人对于自己动手改善家居环境的热情高涨,导致相关用品的销售额大幅攀升。

来自英国国家统计局的最新数据显示,DIY相关行业的销售额在疫情期间一路攀升,8月的销售额已经超过疫情前平均水平13个百分点。

英国建材连锁零售商百安居(B&Q)就专卖DIY工具材料,在英国3月首次实施封锁隔离措施后的半年内,百安居母公司翠丰集团的股价涨幅已经超过200%。

英国洞察零售业分析公司董事史蒂夫·科林格表示,DIY房屋装修行业迎来巨大增长,人们特别喜欢自己动手做一些简单的改善居住环境的活计,比如刷墙、装饰、更换地板、翻新花园。据路透社报道,过去几年,由于缺少时间和精力,越来越多的英国民众选择雇用专业人士来施工,导致DIY行业出现萎缩迹象,但今年的疫情却让这一行业焕发新生。隔离在家让英国民众改善居住环境的需求愈发高涨,但钱袋也越捂越紧。在英国,人工费是一笔不小的开支,若请一位室内粉刷工人,每小时要付的人工费约为16英镑(约合人民币140元)。

据了解,目前英国家庭房屋改造市场的规模约为70亿英镑,园艺市场的规模为40亿至44亿英镑。眼下随着圣诞季这一传统室内DIY用品销售旺季的临近,英国零售商们也在积极备战准备创造更好的业绩。业内人士表示,眼下英国疫情形势持续恶化,越来越多的地区收紧了防控措施,这股DIY风潮将会持续升温。

值得注意的是,为了刺激消费市场,英国政府计划拿出20亿英镑帮助民众承担房屋节能改造所需费用的2/3。例如,房主可以安装空心墙和地板隔热层,如果总价约为4000英镑,那么房主只需要承担1320英镑,而政府会提供2680英镑的补助。根据计划,房主还可申请高达5000英镑的代金券,最贫困的家庭将获得高达1万英镑的代金券。

(中国商报)

# 2020中国木门与定制家居创新发展大会在宿州召开

10月17日,2020中国(宿州)木门与定制家居创新发展大会召开,旨在进一步推动我国木门与定制家居产业健康发展、创新发展,为产业链上下游企业搭建一个沟通交流的平台。

开幕式上,宿州市埇桥区人民政府被授予“中国绿色家居产业示范基地”称号并授牌。随着人们对家居需求的变化,定制家居迅速发展成为当下家居行业的主流趋势。我国木门与定制家居迫切需要科技引领和创新支撑作为核心驱动力,积极推动产业模式更新。

受疫情影响,今年我国木门与定制家居市场面临的极大挑战,此次活动,将重点围绕木门与定制家居产业“智能制造、绿色发展”中的共性问题进行研讨;梳理企业创新产品设计与制造、塑造品牌做大做强的发展思路;探索木门与定制家居服务型制造新业态、新模式;激发木门与定制家居产业

新动能新活力。

宿州是全国杨木产业示范区,境内杨木栽植量高、木材原料充足。截至2019年底,该市林业总产值达到648.5亿元、连续六年位居安徽全省第一。近年来,宿州市先后荣获“国家园林城市”“国家森林城市”等称号。

宿州市市长杨军表示,宿州将坚持以创新驱动助推产业升级,积极推动皖北承接产业转移集聚区建设,大力承接京津冀、长三角等地的木门、板材、家居产业转移,全力打造在全国具有一定影响力的林木产业加工集群。

多年来,宿州埇桥区一直重视绿色家居产业发展,从产品定位、关键技术研发、产品质量认证与标准体系等多方面入手,共同推动地方家居行业上下游企业环保变革,赋能木门与家居行业的智能制造与绿色转型升级,成为绿色家居产业的典范。

宿州市委常委、埇桥区委书记王

启荣在致辞中分析指出,家居产业要在定制、智能、健康和创新等多方面发力,才能赢得更广阔的市场。他表示,埇桥区将继续把链条布局好、把环境优化好、把要素保障好。

目前,板材家居产业是埇桥区的首位产业,全区共有林地面积6.3万公顷,活立木蓄积413.6万立方米,木门生产销售企业197家,木材加工、销售企业1152家,规模以上家居板材企业51家,省级林业龙头企业14家,省“专精特新”企业16家,板材产业相关从业人员3万多人。

产品涵盖实木复合板、多层板、密度板、刨花板等上百个木材品种,以及木地板、木门、橱柜、衣柜、沙发等几十类家居家具,板材年产量达300万立方米,“埇桥人造板”“顺河木业”2个品牌入选全国区域品牌百强榜,中国质量认证中心评估价值分别为3.78亿元、32.99亿元。



开幕式上,宿州市埇桥区人民政府被授予“中国绿色家居产业示范基地”称号并授牌。此外,宿州市埇桥区人民政府和中国林产工业协会木门产业分会、中国林产工业协会绿色家居产业分会等单位共同承办。

本次活动由中国林产工业协会、中国

(人民网)

对于磷石膏综合利用,新型建材产业成为贵州磷化工集团目前的主攻方向。“选择新型建材产业重要原因是,磷石膏本身具有的绿色、可塑性强、防火、隔热、轻质、可循环使用等优良特性,与传统建材相比,性价比相对比较高。”贵州磷化工集团相关负责人何光亮介绍。

在何光亮看来,大量推广使用磷石膏建材,“对生态环境而言,减少大量林木砍伐、土地浪费、开山取石以及对矿产资源的开采,减少的是二氧化碳的排放、对空气的污染以及各种能量的损失;对房屋建设者而言,获得更好的质量指标、施工效率,更节省的经济投入,

石膏板450万平方米复合墙体,235万平方米石膏砌块,100万块石膏模盒,3000万平方米无纸面石膏板,3450万平方米纸面石膏板,160万吨石膏砂浆等下游建材产业,正在紧锣密鼓推进纸面石膏板、条板、砌块、砂浆、防火材料等下游产品项目建设落地。除了建材领域的应用,还在充填、无害化处置等方面同步发力,今年1月至9月,磷化工集团磷石膏综合利用率已达95.03%。

磷石膏建材效果到底如何?10月16日,笔者走访了正在修建的福泉市马场坪街道乐岗社区三期项目工地,体验到了不一样的建造墙体的方式。

钢、有钢筋网、磷石膏墙体喷浆砂浆复合而成的墙体,与传统的砌墙相比,优势十分明显:墙体砌筑、抹灰、管线预埋一体化,省去了砌筑、植筋、模板、钢筋、混凝土、抹灰等工种,减少了施工工人。

“这样带来的一个很好的效果就是施工现场产生的噪音、扬尘、建筑垃圾会大大减少,而且综合造价优势明显。”现场的技术员胡南才告诉笔者,因为相比传统的建筑方式,用这种方式建造墙体不需要构造梁、柱,结构简单、施工也简单,操作起来很方便,“4个人配合,一天可以喷浆300平方米的墙体,这在以前是无法想象的。”

# 大放异彩的新型绿色建材

以及税收节约、容积率提升等方面的优惠条件;而对房屋用户而言,每天生活在无重金属、核辐射污染,还带有自保温、自呼吸功能、抗震和耐火性能又好的房子里,提升的不仅是生活质量,还有生命质量。”

目前,贵州磷化工集团在省内规划建设了3个磷石膏新型建材园区,先后引入10多家行业优势企业合作开发利用磷石膏资源。

贵州磷化工集团现已开发建设品类齐全的墙体类、板材类、粉材类“三大类”产品,形成年产187万吨建筑石膏粉,20万吨高强石膏粉,20万吨高磷石膏粉的生产;并延伸了360万平方米石

现场看不见水泥、沙子、石灰等传统建材,也没有漫天扬尘和嘈杂的噪音,取而代之的是一个智能砂浆喷涂机,一名工人手持一根管道,打开按钮,一股质地像“冰激凌”一样的灰色砂浆,就被稳稳地喷在了挂着钢筋网的轻钢龙骨墙上。20分钟时间,一个工人就能喷完面积为12.5平方米的墙。

“这管子里到底是什么?”看着笔者疑惑的眼神,正在施工的岔窝村耐科科技有限公司工程技术服务部经理袁树华笑着告诉笔者:“这是我们用磷石膏生产的砂浆,这个用起来可比传统砂浆方便多了。”

袁树华介绍,这种由冷弯薄壁型

袁树华跟笔者算了一笔账,算上施工、建材、时间、人力等成本,与传统的建筑方式相比,用新型石膏建材的综合成本要比用传统方式建筑的建材减少75%,节能环保高效。

那么,住在用新型石膏建材修建的房子里,是一种怎样的体验呢?笔者走进了乐岗社区一期项目3栋2单元6楼的移民黎某的家里。

说起自己的新房子,黎某笑着说:“房子好住!天冷的时候,打开烤火炉,只要一會兒,整个房子都暖和了,而且窗子一关,外面的噪音也很小,很安静。”

(贵州日报)

# 房地产精装市场需求释放 建材部品供应趋势向好

据国家统计局最新数据显示,2020年1-8月,房地产开发投资、商品房销售面积和销售额、房企到位资金等多个指标累计增速已经连续6个月反弹,整体市场发展向好。其中,销售数据继续回暖,市场需求进一步释放。根据奥维云网(AVC)地产大数据显示,2020年1-8月,商品住宅精装修楼盘开盘项目1857个,同比-20.8%;市场规模158.1万套,同比-25.0%。建材各部品在精装修商品住宅中属于标配产品,需求度较高。

从城市能级来看,2020年1-8月精装修配套建材市场中,新一线城市占比为34.5%,较去年同期提升了3.2个百分点。新一线城市中,杭州、南京、成都为建材配套TOP3城市,累计份额超30%。一线城市占比为8.2%,与去年同期相比增加2.1个百分点,主要是广州、深圳开盘规模较去年同期变化较大。

二线城市占比为31%,增长了2.3个百分点,佛山、绍兴、徐州为二线城市中建材配套TOP3城市,累计份额近20%。

受推盘持续放量影响,百强房企8月销售延续靓丽表现,单月实现销售面积7971万平米、销售额1.1万亿元,同比分别增长20.3%、29.1%,增速较7月降7.4个、升4.4个百分点;1-8月累计实现销售面积5.3亿平米、销售额7.3万亿元,

同比分别增长3.3%、4.7%,较1-7月提升2.5个、3.5个百分点。后期来看,在行业融资或将收紧背景下,预计房企将加大推盘与销售回款力度,供给端持续放量仍有望为销售提供一定支撑。

建材在精装修住宅楼盘的集中供应中,TOP10房企配套份额占比为52%,较去年同期有所下滑,腰部房企11-20强、21-50强、50-100强的建材在精装修住宅楼盘的应用,较去年同期均有小幅上涨。

从精装修建材月度配套量来看,2020年8月,TOP20开发商中,中国恒大、万科居TOP2,其中佳兆业增长最快,规模增长551.8%,主要是深圳市开盘规模较去年同期较大。

奥维云网(AVC)监测数据显示,2020年1-8月,建材各部品中:木地板、户内门瓷砖、乳胶漆、开关插座配置率均在90%以上,属标配部品。虽然建材各部品同为标配,但其竞争格局却不尽相同。

从木地板的竞争格局来看,TOP10品牌累计份额较去年同期略有上涨,行业集中度进一步提升。在户内门市场中,订制产品份额占比近三成,较去年同期增加5.6个百分点,各品牌面临市场份额被挤压风险。其中木门品牌市场份

较去年同期增长近2个百分点,表现不俗。

在瓷砖市场中,马可波罗、蒙娜丽莎的市场份额持续领先其他品牌。乳胶漆行业马太效应明显, TOP2品牌立邦、三棵树的累计市场份额增长至六成。开关插座行业集中度进一步提升, TOP2品牌TCL-罗格朗、西蒙市场份额占比近五成。

2020年1-8月份全国房地产数据呈现“走出低谷、逐渐复苏、欣欣向荣、好于预期”的态势,在地方政府对房地产市场的态度略有转变的背景下,预计后续供给端依然会活跃。从需求端看,后疫情时代,购买力逐渐释放,需求状况好于预期。奥维云网(AVC)预计2020年全年精装修新开盘规模将达到300万套。

