市

场

## 2021燃气具品牌峰会浙江乌镇举办

现场颁布两大奖项

□ 本报记者 陆俊

5月12日,"2021燃气具品牌峰 会"在浙江乌镇举办,同时还举行了天 猫厨热行业6.18大促启动大会。本次 峰会聚焦行业标准、产品升级、消费趋 势等课题,探讨产业创新增长之道,促 进燃气具行业高标准、高质量发展。

中国五金制品协会理事长张东 立、专职副理事长柳润峰、吕基英,国 家"领跑者"专家委员会主任马林聪, 中国标准化研究院资源环境研究分院 院长林翎,国家日用品产品质量监督 检验中心主任毕智涛,国家燃气用具 产品质量监督检验中心(佛山)副主任 林力以及天猫厨热行业负责人等相关 领导和行业专家出席了峰会。

近年来,中国燃气具消费市场规 模持续提升,消费者对燃气具的品质 需求也在不断提高,技术变革、质量升 级、渠道拓新的高层次竞争时代已经 到来,行业正在悄然发生新一轮深刻

中怡康厨卫事业部总经理施婷在 峰会上发布了《2021燃气具行业洞察 报告》,《报告》显示,受益天然气干支 线管网建设和煤改气政策,我国燃气 具年销售规模十五年间增加到1200万 台,燃气具市场规模持续增长。

根据2021一季度燃气热水器市场



情况,可以看出,大出水量产品线下市 场占比超9成,零冷水产品2020年起 线上线下市场份额快速提升,市场活 跃度更高;均价提升,品质消费成竞争 主力;壁挂炉方面,体现出使用费高居 于第一的痛点,节能型产品需求高,冷 凝产品发展空间大;燃气灶方面,整体 市场回暖明显,大火力将继续引领行 业,产品朝着品质化、高效率、安全性、 智能化方向发展;集成灶方面,烟灶蒸 烤组合类产品仍在急速扩张,多元化

此外,当前家庭结构发生巨变,以

和务实,未来的厨卫企业要注重品牌 建设、不断提升产品品质和性价比。 整体来看,随着国人的消费意识的转 变,人们对于高层次厨卫生活的升级 诉求更为明显,具体表现为强烈的品 牌意识和健康安全意识、倾向线下体 验、追求高性价比和优质体验、崇尚个 性化的多元生活、注重产品品质和技 术的提升等。

当前,国人的消费态度趋于理性

本次峰会现场颁发了"2021年度 中国燃气具行业影响力品牌"和"2021 年度中国燃气具行业消费者口碑奖" 两大奖项。艾欧史密斯(中国)水系统 有限公司、上海林内有限公司、能率 (中国)投资有限公司、广东万和新电 气股份有限公司、广东万家乐燃气具 有限公司、杭州老板电器股份有限公 司、芜湖美的厨卫电器制造有限公司、 青岛海尔智慧厨房电器有限公司、华 帝股份有限公司、成都前锋电子电器 集团股份有限公司、迅达科技集团股 份有限公司荣获"2021年度中国燃气 具行业影响力品牌"。

艾欧史密斯(中国)水系统有限公 司、上海林内有限公司、能率(中国)投 资有限公司、广东万和新电气股份有 限公司、广东万家乐燃气具有限公司、 杭州老板电器股份有限公司荣获 "2021年度中国燃气具行业消费者口 碑奖"。

# 沙发椅可用语音"唤醒"、床垫能监测心率

能帮助老人起身的椅子、可以远 程监测心率的智能床垫、内外方向都 可开的防夹手推拉折门 …… 在位于 北三环的金隅天坛智慧适老体验中 心,近百种适老家具吸引养老机构从 业者和市民前来观看。笔者日前从 金隅天坛家具公司了解到,其自主研 发的适老家具已应用在本市几十余 家养老机构,未来将向居家养老市场

走进北京家具行业唯一涵盖居 家、机构适老空间的适老体验式展 厅,明亮的色彩映入眼帘。地面标识 和门牌有两种颜色,红色为房间,绿 色代表公共区域。"相比文字,老人们 对色彩更加敏感。"天坛树胜适老工 作室主任张树胜介绍,根据老人活动 能力的差异,四间样板间分别为介助 单人间、介护双人间、健康套间、长期

在体验中心,笔者随处都能看见 家居产品适老化改造的细节:门口设 置有折叠穿鞋凳,方便老人在门口换 鞋,收纳起来不占地儿;沙发扶手设 置拐杖凹槽,坐垫采用高回弹材质, 的栏杆可以抓扶,扶手可挂拐杖,椅 后腿带轮,挪动时就能派上用场;洗 手间门采用内外方向都可开的推拉 折门,开合时门板之间没有缝隙,老 人不会夹手。

"适老化设计一定要多做减法。 张树胜认为,适老化空间离不开智能 设备,但一定要考虑到老人的实际情 况,尽量减少使用步骤。在房间门口 墙面上,按键分别标注"晨起模式" "娱乐模式"等,老人只要根据需求按 下按键,房间内的灯光、家电等设备 便开启相应模式。

据了解,金隅天坛在30多年前就

### 金隅天坛自主研发适老家具 更方便老人起身;桌子四周设计为圆 角,表面边缘设计有挡沿,防止桌面 物品移动时掉落。 此外,沙发椅可以用语音来"唤 醒",可以帮助老人起身;看上去很普 通的扶手椅也大有门道,椅背最上方

开始关注和研究老年家具,陆续接触 国家级重大特殊定制家具项目 2014年,金隅天坛家具成立适老家具 研发小组,专门从事适老家居设计和

## 东南亚、西亚国家家具企业瞄上中国市场

□ **双 木** 文/摄

今年以来,中国经济持续向好,家 具市场快速恢复繁荣,对国外家具企 业也产生了强大的吸引力,除了较早 进入中国市场的欧美家具,马来西亚、 土耳其等东南亚、西亚国家的家具企 业也对中国市场表现出了巨大的兴 趣,大量通过展会平台拓展中国市 场。而这些东南亚、西亚国家的家具, 由于具有浓郁的异域风情和民族风 格,也受到了不少国内消费者的喜爱。

作为国外家具进入中国市场最重 要的渠道之一,不久前陆续落下帷幕 的珠三角地区家具展会,受到了国外 家具企业的关注,在这些展会上,出现 了大量国外家具、特别是东南亚和西 亚国家家具企业的身影。

记者在广州家博会上注意到,在家 博会的国际家具品牌馆,最显眼的是马 来西亚、土耳其的家具展位。记者了解 到,这些国家的家具企业,都是抱团参 展,展位面积很大,并且打出了统一的国 家标识和品牌,汇聚了一种规模宏大、品 牌密集、产品丰富的展出效果,吸引了大 量观众的注意并进场参观。

记者在马来西亚和土耳其家具展 馆里看到,这里的展品有不少是现代 时尚设计风格,但更多的主要是具有 明显传统风格的家具,造型厚重、古 朴,异域风情显著,采用了较多的民族 特色的纹饰、雕花和色彩,给人耳目一

新的体验。很多进场参观的国内观 众,对这些异域风格的家具表现出明 显的喜爱,很多人围着现场工作人员 咨询价格及代理事宜。

95 后、00 后为代表的新生代和银发消

费力量崛起催生多样化需求。健康,

智能,设计与技术创新方面的用户需

求驱动供给端不断升级。随着互联网

生态的渗透,用户行为更加碎片化,触

达用户的方式也愈加多元,电商直播、

kol、品牌跨界活动等方式有助于更好

消费的维度,发布了《2021燃气具消费

趋势洞察报告》《报告》剖析了燃气具

行业未来的市场需求,为消费者提供

燃气具产品选购指南。

优居研究院院长张永志基于用户

据主办方介绍,由于中国市场十 分巨大,需求多样化,而且中国消费者 的消费能力越来越高,这些对于国外 家具企业来说具有强大的吸引力。但 是对于中国消费者来说,比较熟悉的 国外家具主要是欧美和日本家具,像 土耳其、马来西亚这些国家的家具,是 比较陌生的。但是也正是因为陌生, 才有新鲜感和吸引力。本届家博会, 主办方特别设立了国际家具馆,除了 马来西亚、土耳其展团,还有新加坡 HTL、意大利 M&D、荷兰 ASIADES 等展 商,很好地满足了国内消费者多元化



### "悦己消费"催生新业态 网红小家电掀起资本盛宴

催生了新的消费观和新的消费业态。 近日,尼尔森发布数据显示,有42%的 单身消费者为"悦己"买单。面对这股 新消费风潮,产业资本早已闻风而 动。如今,不论是"一人食"概念还是 "悦己高颜值"的小家电赛道,均成为 了资本竞相追逐的新风口。

#### 网红小家电掀起资本盛宴

据了解,当前年轻人"悦己"的一 大表现是追求精致与幸福感。拥有高 颜值与强设计感的个护小家电,便成 为了这些90后们争相追捧的新品类。

以电动牙刷为例。根据奥维云网 线上监测数据,2020年1~10月,电动牙 刷品类线上零售额达58.3亿元。京东 2020年国庆销售数据显示,期间个护 小家电成交额增长超四成,纳米水离 子吹风机、智能声波剃须刀成新宠。

与此同时,资本也在不断涌向这 股消费热潮。2021年3月8日,聚焦女 星个人护理场景的小家电品牌"直白" 宣布获得亿元级 A 轮融资,毅达资本 领投, 玖玖资本、元创资本跟投;2020年 8月,个护小家电品牌"素士"宣布完成 了 1.75 亿元的 Pre-IPO 融资, 昆仲资

随着单身人群数量的不断增多, 本、弘晖资本、远翼资本、恒旭资本、浙 商创新资本、云沐资本等纷纷下注。 2020年7月,德尔玛也拿到了由凯辉基 金、金镒资本、达晨财智投资的3.8亿

> 毅达资本张瑞锐认为,相对而言, 个人护理小家电行业的个人属性比较 强。在这个领域,一方面,年轻一代的 消费群体正在崛起,他们更关注颜值、 品质以及科技感的体验;另一方面,针 对这一消费新需求,存量品牌产品创 新不足,不能够有效贴合年轻用户的 喜好。因此,这个赛道一定会有一些 新品牌诞生并崛起。

昆仲资本创始合伙人姚海波表 示,伴随消费人群的迭代,90后的许多 消费新习惯也在不断涌现。特别是个 人护理中的口腔革命,其潜在需求正 在持续规模性释放。

#### "悦己消费"下行业市场容量大

据悉,"悦己消费"已是中国消费 的核心关键词之一。这背后,除了2世 代个性与"敢赚敢花"的消费动机驱动 外,还离不开一个愈发庞大的现象级 消费趋势——"单身经济"。

根据尼尔森发布的《中国单身经

济报告》,42%的单身消费者为悦己而 消费,远高于非单身消费者的27%。 并且,在一线城市,40%的单身青年都 是月光族。随着城市等级向下及月收 入的降低,"月光"比例大幅提升,四五 线城市单身青年的"月光"比例高达

有业内人士表示,不管是"悦己消 费"还是"单身经济",其本质都是中国 消费市场第四次浪潮的综合因素,包 括经济持续增长和消费不断升级、生 活品质提升、个人意识觉醒等等使然。

而在如此消费趋势背后,无疑蕴 藏着潜力巨大的市场。以个人护理行 业为例,安信证券报告显示,2019年中 国个人护理市场规模增长至4587亿 元,远超2015年的3058亿元,复合年 增长率达10.7%。预计2024年,市场规 模将增长至7014亿元,复合年增长率

"从创投角度,'悦己消费'与'单 身经济'这两大新势力都有着旺盛的 生命力,同时也潜藏着商业机会。特 别随着95后逐渐成为市场消费主力 军,整个消费观念都将有所迁移与升 级。"毅达资本合伙人朱爱民表示,他 坚定看好中国消费升级下由多元化消 费需求驱动的新生力量。

#### 保持品牌长青成破局核心命题

虽然市场潜力巨大,行业发展也 呈井喷之势,但个护小家电的这场"悦 己消费"争夺战其实才刚刚开始。

"在个人护理小家电赛道,各路玩 家基本都会沿着以强单品攻占用户心 智后再进行同心圆扩张的成长逻辑, 这是一个长跑的事情。在这个过程 中,谁能够让用户持续买单,谁就能最 终留下。"张瑞锐认为,从整个小家电 的创新周期来看,当前仍处于早期阶 段,这个市场的取胜关键在于公司的 产品力和持续优异的用户口碑。

"如果企业没有持续的产品迭代 能力,即使有一些爆款出来,也可能只 是短期的领先。"在姚海波看来,小家 电赛道的最终决胜点是供应链。尽管 这个行业的竞赛还远未到终局,但鉴 于市场已有品牌的供应链壁垒已非常 坚固,属于新玩家的机会愈发渺茫。

有业内人士表示,从整个家电大 行业来看,个护小家电新品牌还面临 着来自传统家电巨头的挑战。而在这 个竞争板块中,保持品牌长青成为了 新品牌破局的核心命题。

(袁 婵)

### 兰州城关环卫 让市民处理废旧家具不再犯难

"喂,您好,请问是清运队吗? 垃圾清运队党支部"想群众之所 这里有一批居民集中堆放的废旧家 具,请协助收运。"这是近日城关区 环卫中心垃圾清运队废旧家具收运 热线每天都能接听到的电话。

随着城镇化进程的逐步加快,市 民的生活水平也在稳步提升,房屋装 修淘汰下来的沙发、床、柜子等大件 家具该如何处理成了困扰居民的大 问题,其处理方式已然成为我市乃至 全国各个城市城市管理中一项亟须 解决的问题。"我们家里要重新装 修,旧家具没办法处理,不知道该往 哪里放,随便堆放又会影响市容环 境,只能花钱找装修公司处理,费钱 又费力"市民王先生说道。

据了解,近些年来,兰州市城关 区主城区及背街小巷住户搬租房频 率和房屋翻新装修频次也越来越高, 产生了大量的废旧家具,加之旧货市 场认定没有回收价值不收、小区内不 能丢、找人外拉要价又太高,如此一 来,沙发、床垫、衣柜等大件垃圾的分 类处理,就成了困扰不少居民的问 题。环卫部门的工作人员对此也是 苦不堪言,有部分市民随意丢弃至街 边的废弃家具不仅影响市容环境而 且收运处理困难。

为解决市民家中废旧家具无处 放、难处理的问题,城关区环卫中心

我们是白银路街道甘家巷社区,我们 想、急群众之所急、解群众之所困", 干 2017 年 3 月引进了废旧家具专 业收运车辆,并在城区启用了 3 条 废弃家具免费上门收运线路,在全省 率先启动"废旧家具集中收运 作业模式,使全区大件废弃物的收集 工作由之前的零散混装、混乱无序的 收集转变为巡回和集中统一收集。

> 运处置工作,2021 年以来,清运队党 支部以党史学习教育活动为契机, 以"学党史、悟初心、办实事"为 要求,通过设置 24 小时收运热线等 方式,积极与各街道社区密切协作, 在街道社区、垃圾转运站设立专门的 大件废弃物收集点,将背街小巷、老 旧楼院及小区的大件废弃物集中堆 放,由 3 台仓栏车集中统一收集,运 至伏龙坪三道湾垃圾分类处理场进 行分拣、粉碎、拆解后,再转运至丰泉 垃圾焚烧发电厂处理。并安排8个 网格管理站所属的 8 辆箱式微型收 集车对沿街及背街小巷零星废弃物 进行巡回收集。

> 目前,清运队向全区各街道社区 和单位共设置了 7 条废旧家具收运 作业路线,配套了7台收运作业车 辆,每天可收运处置各类废旧家具 40 余吨,彻底解决了广大市民生活 中的一件大难题。 (兰州日报)





四川省南充市高坪区人民法院