

省空间 节约电 单价低 功能多 家电越变越“迷你” 消费者多为年轻人

本报实习记者 胡静 □ 张润
泽 文/摄

从第七次全国人口普查数据来看,中国家庭平均人口为2.6人,超过15%的家庭为单身家庭,单身人口已突破2.4亿。伴随着经济社会的发展和家庭结构的改变,这一群体仍在持续壮大,对于这部分人的“一人食”“一人用”需求,“迷你”小家电正是刚需。科学消费指南“什么值得买”站内数据显示,今年“双11”期间,油烟炸锅、料理机、咖啡机等小家电品类都出现不同程度的增长。由此可见,单身独居人群壮大,使得各类“迷你”家用电器越来越受到关注和追捧。

单人电热小火锅热销

大雪已过,寒冬将至。据艾瑞数据显示,火锅消费具有明显的季节属性,消费者在秋冬季节对火锅更加青睐。有网友戏称,“在寒冷的冬天里不吃一顿热气腾腾的火锅,是对屋外寒风极大的不尊重”。近日,记者走访市场发现,一种单人电热小火锅正在热销。

记者来到北京市海淀区苏宁易购学院路店,在厨房家电区域,各式各样的小容量电火锅摆满货架,内胆容量为1升到2.5升不等,价格主要集中在100元至200元之间,主要差别在于品牌、款式、功率、智能化功能、内胆材质和涂层等方面。销售人员告诉记者,这些年,小容量家电越来越受到消费者的关注,前来购买的人有很多是单身租房客或在校学生,这类厨房小家电小巧方便不占地方,一次做一小锅也不浪费食材。

在线上购物平台,电热小火锅同样销售火爆。记者在电商平台看到,电热小火锅的主流价位在40元至200元之间,在销量排序靠前的店铺中,电热小火锅的月销量均超过1万件。同时记者还发现,相比线下,电商平台上有更多款式可以满足不同消费者更加细化的需求,比如有景泰蓝造型的电热小火锅、烤涮一体的单人锅、为大学宿舍限电而专门设计的低功率单人小



火锅等。

“迷你”小家电受青睐

在苏宁易购店内,记者还注意到,除电热小火锅外,电饭煲、养生壶、电水壶、电压力锅、煮蛋器,甚至饮水机、电烤箱等均推出了适宜一人使用的小容量款式。对此,“什么值得买”商业化运营中心负责人张宇昂表示,一方面,随着工作和生活节奏加快,职场“内卷”“996”等现象已经消耗了年轻人过多的时间和精力,这让他们不愿再额外面对家务劳动的繁琐和压力;另一方面,当代年轻人更加注重悦己消费,热衷追求生活里的仪式感,即便独居也要把生活过得有滋有味,“提高生活品质,优化居住体验”已经成为新一代年轻独居群体的核心诉求。体现在家电产品选择方面,“迷你”小家电凭借高颜值、强功能、省电、易清洁等优势更易获得独居青年的青睐。

在采访中,苏宁易购透露,11月以来,苏宁易购“迷你”电火锅销售环比增长90.63%、“迷你”养生壶销售环比增长47.69%。苏宁易购相关负责人表示,相较于大家电,“迷你”小家电单价

低、功能多样、性价比高,是其受年轻单身群体欢迎的重要因素。“在单身青年看来,家电在变小,而其对生活的掌控力在变大。”

国产品牌占比超七成

“什么值得买”站内数据显示,今年“双11”期间,国产品牌在厨房小家电品类中仍然占据领先位置,商品交易总额前三名品牌依次为美的、苏泊尔和九阳,而在单品销售额前十名排名中,国产品牌占比更是超过七成。

美的相关工作人员告诉记者,美的在“迷你”小家电方面的布局非常丰富,产品包括电饭煲、电水壶、电压力锅、空气炸锅、电煮锅等。今年9月份,美的上市了“美的肆意系列”产品,从产品功能配置上聚焦单身人群核心需求,从产品价格上充分考虑学生党和打工人的需求,具备高颜值、不占地、小容量、客单价低等特点。

除此之外,美的还面向单身人群成立了线上品牌自营店铺,在天猫开设“midea美的生活电器专卖店”、在京东开设“美的料理厨电专卖店”,两家店铺从产品上架、视觉呈现到客服售

后都进行了差异化场景打造,专门经营“迷你”小家电,为年轻人服务。

小米旗下的米家厨电也推出了各类“迷你”小家电产品,比如既可家用也可外带的随行榨汁杯、刚好够一个人饮用的350毫升容量的便携电热杯、适合租房人士使用的可抽式1升纯净水壶……

值得一提的是,除单身的年轻人外,米家厨电认为,很多独居老人也是“迷你”小家电的消费者,因为老人饭量小、更注重饮食控制。比如电饭煲,传统的电饭煲基本为3—4人分量,每次蒸米饭、煮粥等都不能为空放太少,一顿吃不完很浪费。而“迷你”小家电恰好满足了独居老人的需求,顿顿都可以吃到新鲜的食物,还可以省电、省空间。

智能化成未来趋势

同传统大家电一样,小家电在智能化领域也开启了探索之路。年轻人对于小家电的功能能尤为感兴趣,不仅希望通过语音控制实现全屋智能化,体验生活的便捷,还希望可以在使用过程中获取新鲜感,凸显生活品位。米家厨电的工作人员告诉记者:“针对这一流行趋势,米家推出了不少智能小家电,比如米家智能小饭煲2、米家智能多功能蒸煮锅、米家智能小烤箱等,均收获了不少好评。”

“什么值得买”站内数据显示,迎合当下多元化烹饪需求的“智能料理机”作为智能厨电细分领域中的新生力量,正逐渐成为越来越多独居青年的厨房帮手。今年“双11”期间,“智能料理机”相关产品销售额同比增长169.56%;此外,以“智能投影”为关键词搜索,相关商品的商品交易总额同比提升31.3%。

艾媒咨询《2022至2023年中国智能小家电行业消费趋势监测与案例研究报告》显示,中国智能小家电呈持续发展趋势,2021年市场规模为1557亿元,2023年有望达到1924亿元。随着对智能化需求程度更高的年轻消费体消费能力的提升,智能小家电市场潜力有望得到进一步释放。

如今环境保护意识的增强和“一人户”家庭数量的增加,人们的消费习惯也在发生改变,这也是“迷你”商品逐渐受到青睐的主要原因。

其实在商业社会里,任何一种新趋势的出现往往都源于消费主体本身发生的改变。“迷你”经济的背后,是消费群体生活方式的改变和大环境下对于健康环保的追求。对于不少更注重商品实用价值的消费者而言,“迷你”商品很好地解决了他们的多元化诉求。可以预见,“迷你”经济未来必将会成为内需消费又一条极具发展前景的赛道。

(中国商报)

“迷你”经济背后的消费逻辑

近年来,“迷你”商品或者便携式小包装产品获得越来越多的关注,比如打破传统白酒大包装的江小白、宣传营养均衡的每日坚果,还有各种糖果饼干商家推出的独享装等。为什么商家越来越喜欢推出小包装产品,或者定制一人份的服务,其背后隐藏了商家哪些方面的考虑?

首先,在“颜值即正义”的时代,小包装相对于大包装而言,设计更加精致、讨喜。比如,风靡一时的小罐茶、可爱多推出的“迷你”版小甜筒、身材

越来越的独居人士也在潜移默化带动“迷你”经济发展,出于生活成本和便捷性的需要,他们自然而然会追求规格尺寸更加“迷你”的商品。

此外,“迷你”产品的出现可以为消费者带来更多的选择,降低消费者购买决策的难度,满足消费者的尝鲜心理。新时期、新消费、新特征,“迷你”经济的出现本质上是新消费时代消费习惯与消费观念的改变。以前消费者偏爱购买体积大、数量多的产品,是出于实惠、性价比高的考虑;但随着

如今环境保护意识的增强和“一人户”家庭数量的增加,人们的消费习惯也在发生改变,这也是“迷你”商品逐渐受到青睐的主要原因。

其实在商业社会里,任何一种新趋势的出现往往都源于消费主体本身发生的改变。“迷你”经济的背后,是消费群体生活方式的改变和大环境下对于健康环保的追求。对于不少更注重商品实用价值的消费者而言,“迷你”商品很好地解决了他们的多元化诉求。可以预见,“迷你”经济未来必将会成为内需消费又一条极具发展前景的赛道。

(中国商报)

零售量、零售额实现“双增长”

“过气网红”破壁机迎来“第二春”

客又多了不少。”

在淘宝、京东等线上平台,破壁机的样式、功能更加多样。如,在小熊电器天猫旗舰店内,破壁机共有23种,销量最高的一款零售价为349元的小型破壁机家用料理机,总销量已突破6万台。创意小家电品牌“摩飞”推出了可选配养生杯的一机两用型破壁机;生活家电品牌“大宇”还上架了容量为600毫升、更适合“一人用”的破壁机产品。

值得注意的是,与三四年前强调大容量、集多功能于一体的破壁机不同,如今市场上主推的破壁机大多以静音、自动清洗为新卖点,例如美的一款破壁机就搭载了一键清洗功能。长沙某家电集合卖场商品采购部高级经理李生先生表示:“2015年,原汁机、破壁机入市,厂家解决噪声、清洗等痛点后,驱动了破壁机市场规模的二次增长。从市场份额来看,九阳、美的的两大电器厂商市

场占有率超过85%。”

今年迎来“第二春”

破壁机市场规模有多大?家电行



功能和指标缺乏国家统一标准;部分小家电品类需求逐渐饱和,靠价格战赚取销量的方式并不是长久之计。”中国家用电器商业协会常务副秘书长张剑锋在接受媒体采访时表示,唯有在核心痛点上加大投入,形成规律性的产品迭代,才能推动行业健康、可持续发展。

(三湘都市报)

声音

“一人经济”,顾名思义,是一个人的经济生活,换句话说,就是独居经济。如果说,早些年我们看到周边的人一个人默默地生活,会或多或少地投去不解的目光;然而,随着时代的发展与社会的进步,独居的人口数量激增,也带动了一个人的消费形态发展,其潜在的经济增量不可小觑。

据报道,随着独居经济的兴起,“一人食”市场需求开始扩张。近期,京东发布的《2022即享食品消费趋势报告》显示,餐饮业2021年“一人食”产品数量同比增长超1倍。一人住、一人食、一人游,当下,独居群体不断增多。围绕这一庞大消费群体,市场上衍生出能对话的智能家居、单人小火锅、小户型公寓,各种以“单人”为主题的保险产品也火热销售……如今,种种针对“一人消费”的商品和服务不断蔓延,已经涉及人们生活和娱乐的各个方面。

研究报告数据显示,2021年中国66.7%的单身群体为追求稳定的住所而购买房产,30—40平方米的小户型单身公寓尤其热销。为了匹配户型,家用电器也开始进行配套的“迷你化”。随着小型家电的逐年递增,展现了巨大的市场潜力。在京东平台,“迷你”烤箱、“一人食”电热杯等“迷你”家电的爆款销量普遍超过20万单。试想,这得是多大的人口比例,多大的消费动能!近年来,笔者在很多咖啡店、餐厅都不时地看到一个人在消费。有的人一呆就是几个小时,看手机、看书、电脑办公、刷剧、网络聊天,很惬意。笔者还发现,即使是一个人消费也并不拮据,相反一个人消费的食品都很精致,足见“一人食”并不是随意、凑合的。

其实,一个人吃饭已经成为了大城市独居青年的常态。有人表示,宁可独自刷手机吃饭,也不想约朋友聚餐,因为处理人际关系会消耗很多能量。况且从很多人聚餐的情况来说,聚餐的社交属性大于品尝美食属性。一人就餐,可以对美食慢慢细品。看来,热衷“一人食”,也反映了很多年轻人的社交在网络化、虚拟化、小型化、实用化,他们不愿意将时间耽误在无效社交中。

独居经济从表面看,是一个人吃饭、一个人旅行、一个人观影、一个人逛街、一个人上下班,其实也是当社会的精神与物质的供给变得更加丰富多彩之后,年轻人的一种主动选择,而不是一种无奈。正如艾里克·克里南伯格在《单身社会》一书中所预言的,单身社会正在成为一次空前强大、无可避免的社会变革。

面对日渐火爆的“一人经济”的崛起,不少商家都开动脑筋,主动拥抱这一巨大的商机。近五年来,我国与“一人食”相关的餐饮企业不断增加,2020年,全国范围内“一人食”相关企业新增注册112家,同比增长了43.6%。

可见,“一人经济”正在全方位地改变当下的消费格局,在衣、食、住、行、娱、购六方面,全面提升、拓展着消费模式,让经济生活变得更加丰富多彩。一个人也有其精彩,说明了当下社会的进步和多元。“一人经济”还在不断地开疆拓土,刷新更多的商业纪录,这都将催生更多的生活服务样式,值得有心人去开发“一人经济”的巨大潜力。

(赵强)

消费提示

暖手宝不合格率高达65.1%

这个“易燃易爆”小家电要引起重视

连日来,长沙持续低温,暖手宝、踢脚线、小太阳等各种保暖用品的销量也随着气温的下降而不断上升。不过,记者注意到,目前市场和网络上销售的产品质量参差不齐,个别暖手宝甚至有起火爆炸的隐患。

美团数据显示,目前,伴随着全国范围内的断崖式降温,全国各省市的取暖小家电商品订单量大幅上涨25%,电热毯环比增长了27%,暖风机环比增长了22%,“小太阳”取暖器环比增长了27%,电热暖手宝环比增长了19%,取暖效果好的小家电正在成为全国多地市民的“抗寒神器”。

京东到家、京东小时购数据也显示,长沙地区近一周来,电热毯、取暖器、暖宝宝、毛线帽、保暖内衣、打底裤等销售额环比上涨超10倍,羽绒被销售额环比增长超6倍,羊毛被环比增长380%,居家睡衣环比增长260%。每年冬天,暖手宝失火自燃的事故都时有发生。不久前,呼和浩特市的一位女士在家里忽然闻到一股焦糊的味道,她发现,正在桌子上充电的暖手宝已经燃起了火苗。湖北《经视直播》曾报道,武汉市新洲区唐女士在网上买了一款暖手宝,充电过程中暖手宝突然爆炸,年仅一岁左右的儿子两条腿出现不同程度的烫伤,必须进行植皮手术。

美团数据显示,消费者购买电热暖手宝时,不要只看外观,还要仔细查看有无厂名、厂址、出厂合格证、使用说明、警示语等相关标识。三要了解相关知识。消费者购买电热暖手宝时,要学习了解相关知识,注意查看市场监管局抽查的相关信息和消费者协会(消保委)比较试验报告等,根据实际需要,合理购买。四要科学安全使用。消费者要按照商品指示说明的方法和警示语要求,科学安全使用,不要长时间通电,亦不要通电时使用,还要避免高处跌落。

(潇湘晨报)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局开展餐饮单位餐饮具清洗消毒专项检查工作

为进一步规范餐饮服务单位餐饮具清洗消毒行为,督促餐饮单位落实主体责任,提升餐饮业质量安全水平,保障广大消费者饮食安全,丰台区市场监管局丰台街道所开展餐饮服务环节餐饮具清洗消毒专项检查。执法人员主要检查餐饮具清洗消毒管理制度及落实情况,有无餐饮具专用“洗消池”三联池或消毒柜、保洁柜等洗消设备,洗消操作流程是否合理规范,是否存在就餐场所清洗餐饮具行为,洗消设施设备能否正常使用,设备设施容量和数量是否满足实际需要,消毒餐饮具是否放置于专用的密闭保洁设施内,是否与未消毒餐饮具分开存放等。截至目前,丰台区市场监管局丰台街道所共出动执法人员6人次,检查餐饮服务单位20家,对检查中发现的餐饮服务单位清洗不规范的问题当场要求商户立即整改。下一步,将对餐饮单位餐饮具清洗消毒问题隐患的整改情况进行“回头看”,确保整改到位。

(杨小楠)

法院公告栏

庄宏伟、舒荣英:吴泽华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。案件审理过程中,如需转庭,请于开庭前30日向本院提出申请,并缴纳诉讼费50元,由原告负担。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

河北金河铭房地产开发有限公司:三学堂胡同1号院10号楼1001号房,原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

王鹏:原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

朱慧、彭云山:本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。现依法向你们送达传票、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

贵州贵安龙溪实业有限公司:原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。现依法向你们送达传票、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

陕西西安广达信息技术有限公司、董冬生、高步华、王致远、陈爱珠、刘新海、陈仁华、魏丹、魏亚平:原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。现依法向你们送达传票、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

陕西金东源投资有限公司:原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。现依法向你们送达传票、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

陕西金东源投资有限公司:原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。现依法向你们送达传票、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

陕西金东源投资有限公司:原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。现依法向你们送达传票、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书。自公告之日起30日内到本院应诉,逾期不到庭,本院将依法缺席审理。

陕西金东源投资有限公司:原告王永华诉你们买卖合同纠纷一案,本院已于2022年10月10日向你们送达起诉状副本、合议庭组成人员通知书、开庭传票、应诉及举证通知书、权利义务告知书