



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

吹发护发“一气呵成”

## 吹风机市场开启“吹护合一”新模式

□ 本报记者 卢岳

多年前,戴森凭借高转速马达技术让吹风机市场告别了“热风伤发”时代。如今吹风机市场又迎来了“吹发+护发”的新时期。

记者看到,在“七夕”即将来临之际,主打“吹护合一”的吹风机产品在各大主流电商平台搜索量显著提升——吹干头发同时,也给头发做个SPA,成为越来越消费者的新需求。

### “吹护合一”受关注 国产品牌集中发力

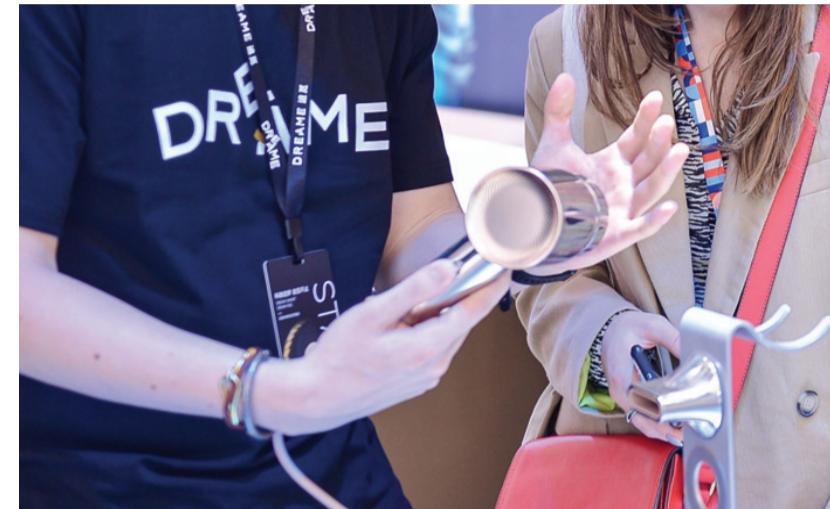
“平时护发素、发膜、精油护理样样齐全,就是分别使用起来比较麻烦,准备入手吹护一体机,吹干头发同时还能同时享受护发精油和香氛,一举两得,效果应该不错。”家住北京市海淀区的消费者张女士告诉记者,身边不少朋友都有头发护理的困扰,“但最终是不是‘智商税’还要看使用效果。”

记者看到,当前与张女士有类似需求的消费者并不在少数。根据弗若斯特沙利文预测,2030年中国毛发健康服务市场规模将达1381亿元。与此同时,据京东家电联合奥维云网发布的《2022年吹风机行业消费趋势白皮书》中数据也显示,电吹风行业正处在二次升级阶段,电吹风各品牌纷纷发力,在技术层面开拓创新,其中“护发”功能成为最受消费者认可的方向。“吹护一体”已成为带动吹风机行业发展的主要增长动力,且仍处于蓝海阶段,未来发展空间巨大。

值得注意的是,巨大的需求变化让国产吹风机品牌纷纷闻声而动。记者看到,在继戴森吹风机以高速马达实现“以风速而非温度”实现干发、解决因高温导致的毛发受损问题后,国产品牌追觅、徕芬、直白等也纷纷发力高速马达,更结合消费者对护发的更深入需求,推出不同侧重的养发功能产品。

### 需求升级 科学护发成“刚需”

“1.0时代的传统吹风机依赖热风烤干,却让发丝断裂干枯、毛发损伤,也存在风力小、气流无法吹入湿发等痛点;2.0时代可以看作是单功能的‘高速吹风机阶段’,凭借强劲气流将头发水分带走;而今天3.0时代是‘吹护合一’的



高速吹风机阶段,也就是吹干头发的过程中实现对头发的护理。”8月12日,业内分析师张宇在接受采访时告诉记者,这可以看做是消费者诉求迭代升级的过程,也是吹风机从小巧、便捷、速干演变为科技吹护发的过程。

根据奥维云网(AVC)线上推总数据显示,2022年1-9月电吹风零售额规模41.4亿元,高速电吹风(采用高速电机,转速在10W转/分以上)零售额份额从42.9%增加到60.1%,零售量从5.4%增加到13.4%,成为电吹风市场的最大分支。而同年的天猫“双11”大促中,追觅科技推出的韶光高速护发吹风机,凭借其首创高转速聚风舱马达和香氛级护发精华弹,位居恒温吹风机热卖榜TOP1。

“当前中国超5亿消费者有发质困扰,头发养护已经成为刚需,这首先让‘吹护合一’成为能够打动消费者的亮点。”追觅科技护发负责人张烨在接受采访时告诉记者,追觅科技作为首家马达转速突破18万转/分钟的企业,在延续企业航天基因优势的同时,发力研发精华入风技术,首创香氛级护发精华弹,通过S型精华风道,将精华成分带出,“我们经过反复测试不同孔隙率的材料,最终找到了既可以存储不漏油,同时还能匹配使用挥发量的最佳解决方案,让消费者体验达到最佳。”

记者了解到,凭借“吹护合一”产品的功能及技术优势,追觅科技护发产品市场销售业绩飘红,今年“618”开门红前5分钟销售额超过去年“618”首日全天;开门红期间,全渠道销售额更实现

同比增长超440%。

### 突破“卡脖子转速” 国产技术已达国际顶尖

“作为技术控,我反复研究了当下几款吹风机的内置参数和转速,准备入手一款‘吹护合一’的吹风机七夕礼盒作为送给女友的礼物。”就职于互联网大厂的消费者王文东告诉记者,“从性能参数上看,‘戴森’时代或将一去不复返。”

记者了解到,自2012年第二次进入中国市场以来,戴森吹风机俨然已成为中国实力消费阶层的地位象征,更有数据显示,中国消费者为戴森贡献了全球70%的销量。但近年来,随着追觅、徕芬等国产吹风机品牌的纷纷发力,风速更高但价格却只有戴森五六分之一的“国货之光”,已经开始在对市场进行分食。原本被看作“低价低质”的国产吹风机品牌,能否凭借实力打破国外吹风机市场的原有格局?

“我们今天要讨论的,更应该是中国品牌在技术、性能方面是如何超越国际品牌的,而不是存在差距或如何缩小差距。”追觅科技护发负责人张烨向记者表示,目前国产吹风机在高速数字马达技术攻关上已经实现了自主可控,同时在护发功能上更“先人一步”。她指出,追觅科技始创团队源自清华大学的一个科技组织“天空工场”,这群研究无人机、航天飞机的“极客”创立追觅的初心,就是让最尖端的科技能够走进千家万户,实现生活普惠,“于是我们自研航天级高速马达技术,两年时间不仅突破了被国外企业卡脖子的高速马达10万转/分钟大关,更将国产高速马达转速

提升至全球最高水平。”

记者了解到,追觅科技于2019年推出首款搭载11万转/分钟高速马达吹风机,并成为国内首批推出高速吹风机的企业之一;2022年,其推出追觅护发精华高速吹风机“光蕴小金管”,并搭载行业首发的13万转/分钟高速数字马达。而当前其主推的韶光系列则首创高转速聚风舱马达和香氛级护发精华弹,实现高效“吹护合一”。

### 标准日趋完善 行业将步入高质量发展的细分时代

“在国产技术水平实现全球领先的同時,我们更应该重视的是市场端消费者对于吹风机使用及养护常识的教育和普及。”业内人士张宇表示,高速吹风机对于消费者接受度在不断提高,其中戴森功不可没。而追觅等品牌对吹风机“吹护合一”产品的创新,同样是基于对市场的洞察和用户痛点的深度挖掘。这就是品牌通过教育市场,从而洞察消费者需求痛点,并最终嫁接到产品的性能上。”

值得注意的是,巨大的市场需求让具备更多“护发”功能的吹风机产品走俏同时,也让市场充斥着不少打着“高转速”“吹护合一”等旗号的假冒伪劣产品。据黑猫投诉相关数据显示,今年以来围绕吹风机的消费投诉数量显著提升,主要问题集中在虚假宣传、质量问题等方面。

记者看到,7月下旬,追觅科技作为主起草单位与中国家用电器协会共同发布了《电吹风》标准,首次对高速电吹风进行了定义,填补了行业内对于高速电吹风检测技术的空白。此标准也首次对防缠发、风嘴磁吸力等用户痛点问题进行了规范,并对电机转速、干燥时间等指标提出了要求,规范了市场上夸大产品性能的现象。业内人士表示,此次《电吹风》标准的制定和推出,将有利于规范产品生产、指导技术创新、明确产品测试方法,更能为广大消费者认知和选购电吹风提供更多参考。

“我国吹风机市场将步入高质量发展的细分时期”,追觅科技护发负责人张烨表示,未来吹风机的竞争点除了持续重视技术研发外,更将深入洞察消费者需求,“比如吹护发功能进行细分化、场景化,或通过功能区分满足家中老人、孩子、孕妇等群体的使用需求,以及在节日等特殊节点推出定制礼盒以增强产品社交属性等,这些都是追觅目前正在做的,我认为也是整个吹风机行业值得被关注的发展方向。”

## 东方日升南滨基地15GW(一期) 异质结伏曦组件首片成功下线

**本报讯** (记者 丁新伟 □ 杨圣学) 8月13日上午,浙江省宁波市宁海县南滨基地804车间高朋满堂,东方日升南滨基地15GW(一期)异质结伏曦组件首片下线仪式在此隆重举行。中共宁海县委书记滕安达,宁海县政府副县长葛仁元等领导,东方日升董事长林海峰,董事、总裁伍学纲等领导莅临仪式现场,共同见证伏曦高光时刻,东方日升异质结领域竞争力倍加提高。

近年来,在“八八战略”指引下,宁波这座滨海之城聚焦“光伏+储能”赛道积极打造全链式千亿级产业链,布局电池片、光伏玻璃、组件、储能系统集成等产业,打造“生产制造+电站建设+储能+运维服务”四位一体光储产业服务型制造业总部经济新模式。数据显示,仅2023年第一季度,宁波光伏储能产业合计实现工业总产值66.5亿元,同比增幅78.8%,占全县规上工业总产值比重近两成。

东方日升董事、副总裁王圣建在仪式上首先对南滨基地15GW(一期)进行了介绍,该项目位于宁波南部滨海经济开发区百丈塘区块,总投资152亿元,用地面积约1448亩。基地建设一年来,得到了各位领导的关心、帮助和支持,项目成功推进也得力于项目全体人员的精诚团结、共同努力。

中共宁海县委书记滕安达、东方日升集团董事长林海峰共同上台为南滨基地首片异质结伏曦组件揭幕并留下美好祝福。这标志着下线仪式圆满结束,这也表示东方日升异质结新产能将迎来进一步释放,更是加固了东方日升在异质结组件领域核心竞争力,加速填补全球市场对高效异质结组件的需求。

晶硅技术以及低银含浆料、钢边框等材料工艺,降本增效优势突显。组件最高功率可达741.456Wp,组件效率可达23.89%,具备极稳定的温度系数以及超高双面率,30年产品功率保持率可在90%以上,碳足迹数值可低于400kg eq CO2/kWc,能够有效满足全球客户对清洁能源日益增长的需求。该高效组件生产基地的落成在推动东方日升核心竞争力大幅提升同时,对宁波智能制造产业升级发展也具有十分重要的促进意义。

未来,公司将继续秉承“以科技创新持续改善能源格局,提高人类生活品质”的企业使命,推动高效组件产能落地,以赋能宁波县提速强链补链延链,为建设现代化“双优”新宁海蓄足新动能,助力区域加快布局千亿级“光伏+储能”产业链。”

宁海县政府副县长葛仁元表示对南滨基地15GW(一期)异质结伏曦组件首片下线表示热烈祝贺。他说,此次东方日升南滨基地一期异质结伏曦组件首片下线,意味着宁波光伏产业朝千亿元产业链发展又迈进了一大步。下一步,宁海县政府将全力服务企业发展,全面优化营商环境,全力助推做大做强。希望东方日升引领广大企业,深入扎根宁海、服务宁海,与宁海发展同频共振。

中共宁海县委书记滕安达、东方日升集

团董事长林海峰共同上台为南滨基地首片

异质结伏曦组件揭幕并留下美好祝福。这

标志着下线仪式圆满结束,这也表示东方日

升异质结新产能将迎来进一步释放,更是加

固了东方日升在异质结组件领域核心竞争

力,加速填补全球市场对高效异质结组件的

需求。

味知香2023年一季报显示,报告期内味

知香已开出1733家加盟店,2018年其加盟店数

量仅为440家。刚过去的2022年,味知香新开加

盟店559家。

苏州的另一家预制菜企业好得睐,2003年在

苏州星桥市场开出了第一家专卖店,目前加盟店数

量已突破1000家,主要分布于长三角区域,包括社

## 多重利好加持 预制菜迎顶层设计

一头连着田间地头,一头连着千家万户的餐桌,预制菜目前已经发展为推进产业融合发展、满足消费升级、关系居民饮食健康的重要产业。近日,预制菜行业迎来多重利好,继首次被写入2023年中央一号文件后,国家发改委要求加快推进预制菜基地建设,工信部等多部门将其纳入培育壮大的新经济增长点。

### 加码布局全产业链

近年来,随着预制菜概念的兴起,简单烹调就能吃的预制菜在不少餐馆、外卖中被广泛使用,预制菜的消费市场正快速扩大。

眼下,预制菜市场升温,已经成为餐饮消费以及产业投资的“新宠”。相关数据显示,2023年我国预制菜市场规模将达到5100亿元,2026年将达到10720亿元。

预制菜行业发展的相关数据也显示出预制菜“真香”的现实。目前预制菜行业主要有五大参与者,包括原材料供应企业、预制菜生产企业、速冻食品企业、连锁餐饮企业和零售企业,涵盖产业链上下游。

天眼查数据显示,截至目前,我国预制菜相关企业达6.4万余家;从地区分布来看,山东、河南以及河北相关企业数量位居前列,分别拥有7860余家、5880余家以及5180余家;从成立时间来看,46.8%的预制菜相关企业成立于一至五年内。

与此同时,作为赛道的老玩家,“预制菜第一股”味知香和专注半成品菜生意的好得睐,已经实现千店规模。味知香2023年一季报显示,报告期内味知香已开出1733家加盟店,2018年其加盟店数量仅为440家。刚过去的2022年,味知香新开加

盟店559家。

苏州的另一家预制菜企业好得睐,2003年在

苏州星桥市场开出了第一家专卖店,目前加盟店数

量已突破1000家,主要分布于长三角区域,包括社

区店、街边店、农贸店、商超店等多种店型。

拥有“鲜到家”预制菜品牌的福成股份,也在加速布局预制菜线下门店。今年,福成股份在回复投资者提问时表示,该公司正在拓展预制菜销售渠道,其中包括大规模开设线下预制菜门店。

### 政府引导促进发展

2023年中央一号文件明确提出,提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平,培育发展预制菜产业。

7月31日,国务院办公厅转发国家发改委关于恢复和扩大消费措施的通知。其中,在扩大餐饮服务消费方面,该通知提出,培育“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式,挖掘预制菜市场潜力,加快推进预制菜基地建设,充分体现安全、营养、健康的原则,提升餐饮质量和配送标准化水平。推广透明厨房,让消费者吃得放心。

不仅如此,据悉,工信部日前联合多部门研究制定了推动预制化食品产业发展的政策性文件,将很快对外发布。“预制化食品”是近期三部门印发的《轻工业稳增长工作方案(2023—2024年)》中计划培育壮大的新增长点之一。

与此同时,为掘金万亿元市场,各个“菜系大省”都已经摩拳擦掌备战预制菜赛道。截至目前,四川、山东、广东等地已陆续出台具体措施,支持预制菜相关产业发展。

业内人士表示,预制菜产业对于现代农业发展的重要性不言而喻,预制菜是田间地头与市场餐桌的连接线,在此过程中,对于预制菜产业的信贷投放,可带动种植、加工、储存、运输、冷链物流以及设备生产等产业的发展,并有效带动一二三产业融合发展。但预制菜行业不同程度面临着一些困难挑战:产品的口感与风味还原难度大,标准化生产难;冷链物流配送能力制约行业发展,物流成本高;品质标准不全,品牌效应发挥难等。

### 标准化建设再提速

事实上,做好“粮头食尾”“畜头肉尾”“农头工尾”增值并不简单。在优化产业布局,打通产业链、提升价值链,打造产业创新创业生态圈上,预制菜产业将成为各地抓手。目前,全国多个省份都在抢占预制菜产业赛道,分别推出鲁菜、湘菜、徽菜等菜系的预制菜产品,预制菜产业也成为各省的工作重点。

近日印发的《轻工业稳增长工作方案(2023—2024年)》中,“预制化食品”是该方案计划培育壮大的新增长点之一。该方案提出,开展气调保鲜等关键共性技术研究,提升加工装备和关键工艺自动化水平,鼓励传统食品工业园区吸引产业链上下游配套企业集聚发展。加强预制化食品标准制修订工作,加快管理创新和商业模式创新,积极培育新产业新业态,拓展多元消费需求。

但也有专家表示,与全球其他市场相比,我国预制菜市场集中度较低。据前瞻产业研究院数据,2020年我国预制菜行业前十家企业销售规模占比约14%,而同期日本预制菜行业前五销售规模占比已超60%。

不过,有业内人士认为,国内人口基数大,预制菜行业空间远大于日本。当前,国内预制菜行业百家争鸣,未来有望诞生千亿元市值企业。

专家表示,预制菜的赛道很长,市场发展前景可观。它的兴起,有效提升了经济复苏的烟火气,而促进这一新兴产业健康发展,需要守牢食品安全底线、提升营养价值、丰富菜品口味、明晰产品标识、督促餐饮店落实告知责任等。只有让消费者更加清楚明白地放心消费,才有可能不断拓展市场空间,推动预制菜产业真正实现高质量发展。

(依 琰)

## 六月份中国电视整机市场平均尺寸突破六十英寸

彩电尺寸越来越大

电视机是一扇独特的窗口。一方面,人们可以通过电视机饱览多彩世界;另一方面,电视机的尺寸、品质、功能等特点也直接反映着人们的生活质量和消费偏好。近期,部分市场机构相继发布2023年上半年彩电市场相关报告。多份报告显示,中国家庭彩电尺寸正变得越来越大。

洛图科技发布的《全球液晶TV面板市场月度追踪》报告指出,中国大陆电视面板厂的出货总量达到8145万片,在全球市场的占有率达到历史新高值,达到70%。其中,65英寸和75英寸等大尺寸面板呈现强劲的增长势头,分别出货约1250万片和600万片,同比增长3.1%和24.5%。整体看,全球液晶电视面板的平均尺寸由2022年的46.1英寸增加到2023年上半年的47.9英寸。到今年6月,中国电视整机市场平均尺寸已突破60英寸。

奥维云网发布的《2023上半年中国彩电市场总结报告》显示,今年上半年,中国彩电市场销量为1467万台,销售额为487亿元。其中,75英寸大屏电视的零售量份额同比增长7.1%,成为份额增长最快的尺寸。该报告认为,中国消费者观念正在发生改变,消费状态从满足基础需求转向满足品质需求,推动了行业的增长逻辑从总量增长向结构增长转变。

彩电尺寸变大的原因有哪些?中国视像行业协会副秘书长董敏认为有三个方面:

——本土供应链强大。电视机的核心部件是面板。近年来,全球面板生产的供应链转移至中国,使中国成为最大的面板生产基地和销售中心。强大的本土供应链使面板成本大幅下降,从而为大尺寸彩电畅销创造了条件。

——产品结构优化。随着显示技术不断进步,电视的清晰度、对比度、色彩、亮度等性能都有了显著提升。为了充分展示这些性能优势,电视需要增大尺寸,提高分辨率,以增加画面细节和真实感。为适应市场变化,相关厂商也随之朝着更高质量的方向前进。

——居民消费升级。随着居民收入水平的不断提高,消费者对彩电产品的需求也从满足基本功能转变为追求高品质、高体验、高附加值。大尺寸彩电