

滚筒洗衣机零售额提升 定制化洗涤成为趋势

本报讯 (实习记者 张钰格格)近日, GFK 中怡康发布数据显示, 2023 年 1—7 月, 洗衣机市场整体规模达 2295 万台、449 亿元, 分别同比增长 4.4%、4.8%。家电行业分析师梁振鹏表示, 滚筒因其洗净比高、脱水效果好、外观好看和部分机型带有烘干功能而受到消费者青睐, 但仍存在洗衣的时间长、耗电量大等问题。

数据显示, 从细分品类在双线市场的表现来看, 今年 1—34 周, 滚筒洗衣机仍然稳坐“第一把交椅”, 在线上的零售额份额超过六成, 线下超过八成。其中, 滚筒单洗的零售额在双线市场都有较明显的提升, 而洗烘一体的零售额则相应受到挤压。从细分渠道来看, 今年 1—34 周, 各主要渠道都明显承压, 百货

渠道表现最好, 零售量同比仅有微降, 超市渠道承压最重, 零售量同比跌幅都达到两位数。分城市级别来看, 一、二线城市规模萎缩最为明显, 零售量额同比下滑幅度都超过 10%, 三线市场最为活跃, 零售量额同比分别有 2.9% 和 4.9% 的增长, 四线市场较为稳定, 量额同比变化不超过 1%。

记者在天猫洗衣机热销榜单上看到, 排名第一的产品为滚筒洗衣机, 热销指数 9.9, 销售已经超过 5 万台。记者咨询了小天鹅洗护旗舰店的客服人员, 客服人员向记者介绍, “滚筒洗衣机采用变频电机, 能够降低运行过程中的噪音, 且能够杀菌消毒, 满足了许多消费者在健康方面的需求。除此之外, 滚筒洗衣机能够温水洗衣, 这一点波轮洗衣

机是做不到的。”

消费者吴女士向记者表示, 她更换了滚筒洗衣机后在家洗针织衫更加放心了, 一方面温水洗衣可以保护面料且对衣物磨损小, 另一方面更加省水。

谈及滚筒洗衣机未来的发展趋势, 财经评论员张雪峰向记者表示, 智能化和自动化将是未来发展的趋势, 随着人们生活水平的提高, 对于洗衣机的需求也会越来越多样化和个性化。洗衣机市场将会更加注重智能化功能和自动化操作, 例如自动识别衣物种类和污渍程度, 自动调整洗涤程序等, 这将提高用户的使用体验并节省时间和劳动力成本。随着环保意识的逐步提高, 洗衣机市场将更加注重节能和减少耗水量, 科技的发展将推动洗衣机的节能性能

不断提升, 从而满足用户对于环保的需求。除此之外, 消费者对于个性化需求的增加, 将使洗衣机厂商更加注重定制化服务, 例如, 某些特定类型的衣物需要采用特殊的洗涤模式, 这样的功能将能够更好地满足用户个性化需求。“随着互联网和物联网技术的不断发展, 洗衣机也将与用户的生活环境和其他家电设备实现更紧密的连接。例如, 用户可以通过手机远程控制洗衣机的运行状态, 或者与其他家电设备联动以实现更智能的家庭生活。”张雪峰说。

总之, 今后的洗衣机市场将趋于智能化、环保化和个性化。随着科技的进步和消费者需求的变化, 洗衣机厂商将不断创新和改进产品, 以满足市场的需要。

随着中国制造业不断优化升级, 中国家电正以“中国智造”的形象走向世界。中国品牌智能家电凭借质量、创新等优势走俏海外, 让更多家庭享受科技进步带来的便利生活。同时, 一些中国家电企业设立海外生产基地以及配套产业链, 助力当地产业升级, 创造就业岗位, 促进经济社会发展。

带来全新智能家居体验

来自南非的瓦尼莎对家里的“新成员”十分满意, 它不但能定时提醒家人食品过期时间, 推荐上百种食谱, 还会替瓦尼莎把当天需要购买的食材通过短信通知丈夫, 并在她做饭时贴心地播放她喜欢的视频节目……这位“新成员”, 就是海信南非公司去年推出的智能冰箱。瓦尼莎亲切地称它为“靓姐妹”, “它已成为我们家厨房里的重要一员, 不仅因为美观, 更因为智能。”

泰国曼谷市民艾欧选择中国品牌智能家电的一个重要原因, 是这些产品“充满人性化的细节”。他家里的海尔洗衣机不仅噪声小, 还有多种洗涤功能可以选择, 能够满足不同衣物的清洗需求。“我经常使用 15 分钟快洗模式, 这在夏天非常实用。”艾欧介绍。

“把空调温度调到 23 摄氏度, 打开电视播放今天的足球比赛……”近日, 在巴西圣保罗市举行的消费电子展上, 专程来 TCL 展台参观的费尔南多主动向记者演示起该品牌产品。“通过简单的语音指令, 家里的电视就能切换不同的使用场景, 无论是工作、健身还是游戏, 这给我带来全新智能家居体验。”费尔南多说。

以创新科技实力吸引用户

“注重研发、先进的技术以及完善的供应链等优势, 让中国品牌智能家电成为能够提供创新技术的优质产品。”TCL 巴西公司副总裁菲利普·法伊介绍, 中国智能家电品牌近年不断加大技术研发投入, 仅 TCL 就在全球拥有 43 个研发中心和 32 个制造基地, 致力于研发和制造适合不同市场的新产品。

泰国地处热带, 几乎一年四季都需要开空调制冷或除湿。但潮湿的环境使空调内部极易滋生霉菌, 当地很多用户会定期请专业人员进行深度清洁。针对这一问题, 海尔电器(泰国)有限公司在泰国成功上市自清洁空调, 利用自清洁技术, 剥离空调蒸发器上的灰尘、污垢、霉菌, 保持空调内部洁净, 为用户带去健康和便捷。

巴西瓦加斯基金会大学国际金融副教授夏华声对记者表示, “中国智造”科技含量和工业水平不断提高, 将使中国智能家电竞争力进一步增强, “中国智能家电以创新科技实力吸引用户, 未来‘出海’前景无限广阔。”

积极与当地分享先进技术和经验

促进智能家电消费, 产业供给是关键。除常规的成品出口, 中国智能家电品牌在海外设立生产基地以及配套产业链, 或者通过收购国外品牌加快全球产业布局, 为当地产业升级、扩大就业等作出贡献。

2013 年, 海信集团和中非发展基金共同出资 3.5 亿兰特(1 美元约合 19 兰特)在开普敦北部建立海信南非工业园。通过职业辅导计划, 工业园区内约 70% 的管理岗位由当地员工担任, 还为物流、回收、安保、保洁等配套行业创造了 5000 多个就业岗位。

美的埃及洗碗机工厂是北非和中东地区第一家使用现代先进生产技术的洗碗机工厂。“工厂实现了数字化、自动化等技术的集成与综合运用, 并利用这些新技术实现商业模式、产品发展模式、质量管理模式和消费者服务模式等全方位变革, 促进效率提升、节能减排和经营优化。”工厂负责人陈巍巍介绍, 工厂致力于推动研发、制造和人才的本土化, 为当地提供了约 1500 个工作岗位, “我们积极与当地分享先进技术和经验, 不断提升本土制造能力, 零部件本地化比例已达到 60%。”

(中国新闻网)

提高空调质量 实现低碳环保

92%的消费者选购家电时关注健康功能

今年上半年, 空调产品销售量、销售额增长均在 19% 左右, 为整个家电行业增长最好的品类。

“在喜获当下的市场增长的同时, 我们更应该关注空调行业的中长期发展。”中国家用电器协会秘书长王雷在近日举办的 2023—2024 中国空调行业高峰论坛上表示, 近年来空调市场销售波动较大, 企业应着眼于行业中长期趋势进行产品技术储备。尤其是在全球变暖、极端天气频发的大环境下, 空调正在从提升居室环境舒适度的可选品, 变为守护用户健康的刚需产品。产品角色转变也将重塑行业的成长使命和社会责任。

产品升级加速

当前, 家电市场消费分级特征凸显, 用户高端需求持续强化, 中低端需求构成“普遍的大多数”, 对产品的追求也在从“性价比”向“质价比”过渡, 产品升级是行业大趋势。

有关调研数据显示, 92% 的消费者选购家电时会特别关注健康功能, 核心点主要聚焦于健康饮食和空气健康。健康空

调、保鲜冰箱分别位居消费者心目中的健康家电品类的前两位。除菌净化、新风为代表的呼吸健康及舒适风为代表的体感健康空调产品渐成企业提升产品溢价的制胜武器。

在提高空间利用率及品质提升导向下, 空调产品从温度调节转向空气治理, 功能集成化趋势明显。海信空调预研技术部副总监张旭表示, 以往行业主要研究空调如何调节空气, 却忽略了空气对用户产生的影响。通过用户调研, 海信空调分析认为, 空气、空调和用户构成了家庭的小生态, 由此发掘了空调的多维空气管理因素, 让产品成为家庭“温、湿、风、净、氧”五维空气管家。

今年 8 月初, 美的空调在重庆发布全屋智慧空气解决方案。该方案主打“全空间、全智能、好空气、定制化”, 同时以主动渠道变革、全屋空气场景、专业人才体系为落地承接。为提供“好空气”, 美的空调打造了超集化空调系统、中央调湿系统、空气源热泵系统、全屋新风系统、专业健康系统, 其中凝聚了多项创新技术成果。

美的家用中央空调研发总监张浩表

示, 全屋智慧空气解决方案的发布, 开启了美的空调从空调到空气方案的新起点, 这是其从暖通空调制造商向专业空气管理方案提供商转型的重要举措。

实现节能降碳

“在气候变化带来全球空调需求加大的背景下, 做好空调器的节能、降碳, 尽可能降低产品生命周期内的碳排放, 这个社会责任将愈发凸显。”王雷表示。

在国家相关政策引导下, 高能效空调推广从供需两端发力, 取得显著成效。在供给端, 2020 年 7 月 1 日起施行新版《房间空气调节器能效限定值及能效等级》, 将全行业能效水平提升了 30% 以上。变频空调的市场占比由此前的 50% 升至 98%。在需求端, 各地积极推动家电以旧换新、绿色智能家电补贴等促消费举措, 有力促进了高能效空调产品销售。今年上半年, 我国线下空调市场新一级能效产品销量占比达到 84.5%, 线上市场这一指标也达到 76.8%。

中国家电及消费电子博览会(AWE)素有行业发展风向标之称。在今年的展

会上, 空调厂商展示了节能方面的诸多探索: 优化空调节能运行模式, 通过精准控温调整空调降温速度, 实现空调运行过程的节能; 在夜间室内热负荷较小的时段, 利用新风功能调节室内温度, 降低产品用电负荷; 利用智能技术为节能赋能等。

在业界专家看来, 推进空调业节能降碳工作大有可为。比如, 从制造端出发, 采用 R290 等低 GWP 值制冷剂, 减少带来温升的化学品 HCFCs 冷媒的消费量; 进一步提升产品质量可靠性, 减少使用过程中由于故障导致的冷媒泄漏, 二次充注带来的高 GWP 值冷媒的排放; 提升智能控制能力, 让空调实现更平稳运行, 特别是在高温季用智能控制逻辑寻求电网峰谷与实际空调需求负荷间的相对平衡, 进而从社会层面降低碳排放水平。

消费电器核心零部件系统级解决方案供应商 GMCC 美芝空调压缩机产销量连续多年居全球第一。把握绿色低碳发展大趋势, 美芝提前布局 R290 环保冷媒技术与产品, 包括压缩机设计、生产管理、供应链管理等在内, 都紧密结合这一战略推进。

“美芝致力于引领消费电器的绿色转型升级, 降低制冷剂使用对环境造成的危害, 将为整机企业提供性能更优、品类更全、更环保的冷媒产品。”美芝有关负责人表示。

(经济日报)

新品类新机遇

布艺清洗机

如何成为家电行业下一个风口

随着人们对高品质生活的需求增多, 对家居清洁的要求也逐步提高, 家用清洁电器越来越受到消费市场追捧。以扫地机器人、洗地机为代表的细分品类, 受到消费者青睐, 已成为清洁市场的增长引擎。同样有着复杂深度清洁力的布艺清洗机品类, 集吸尘、除螨除菌等多功能于一体, 为越来越多消费者所接受, 逐渐从创新家电品类中崭露头角。作为新品种类、新赛道, 布艺清洗机如何在技术、品控、应用场景上继续加码, 纷争下一个风口, 成为同赛道上的玩家们需要思考的问题。

增长潜力初现
发现新蓝海市场

顾名思义, 布艺清洗机的清洁对象是各类布艺制品, 包括沙发、地毯、宠物垫、窗帘, 甚至是汽车内饰等, 其对应的清洁场景通常较为繁琐复杂, 不小心打翻的饮料食物、宝宝或宠物留下的奶渍尿渍, 还有未被及时清理的食物残渣或灰尘污渍, 仅通过擦拭表面都难以达到真正的清洁。消费者在家中也很难快速找到更合适、有效的处理办法。而布艺清洗机正是为应对这些场景而生。布艺清洗机的工作流程涵盖喷水、刷洗、吸尘、抽干, 配合清洁液, 能够有效解决家庭日常中出现的各种污渍。

布艺清洗机作为清洁市场的新生力量, 其市场规模增长迅速, 备受瞩目。据 GFK 数据显示, 2022 年中国线上渠道布艺清洗机市场规模接近 1.8 亿元。虽然没有扫地机器人和洗地机那般声势浩大, 达到百亿元级规模, 但是布艺清洁市场增速快, 吸引了不少大品牌加入, 提前布局这一新增长点。

另一方面, 《2022 年中国宠物行业白皮书》数据显示, 2022 年我国饲养犬猫的人群数量达到 7043 万。随着养娃、养宠、精致生活人群增多, 沙发、地毯、宠物垫等布艺制品在家庭中出现的频次明显提升, 布艺清洁场景更多更复杂、清洁要求越来越高, 让布艺清洗机拥有更大的发展空间, 成为充满机遇的新蓝海市场。

品牌产品繁多
期待统一规范标准

作为清洁电器市场的新兴势力, 布艺清洗机在市场上面临着两大挑战: 首先, 如何加快市场培育的步伐, 让更多的消费者了解并接受这一产品; 其次, 随着品牌和产品的日益增多, 如何在竞争激烈的市场中健康稳步地发展。

市场教育方面, 布艺清洗机相较于洗地机、扫地机器人热门品类, 在市场认知度和渗透率上相对较低。相较于前者地面清洁的高频次的使用率, 布艺清洗机的使用场景和频次范围都相对更小。如何以功能创新拓展场景, 以场景向市场进一步渗透, 是这个品类需要解决的问题。

品类发展方面, 作为清洁电器, 保证产品的安全性和品质的可控性是品类发展前提。清洁力方面, 目前各家品牌之间产品标准不统一, 以不同的布艺面、污渍进行清洁测试, 清洁效果的展现也各不相同, 消费者没有可参考的统一标准。为了促进布艺清洗机行业更加健康规范化地成长, 行业需要一个统一的规范标准。

布艺清洗机“湿式清洁+除尘除螨+蒸汽”的能力, 为许多对生活品质有更高要求的消费者提供了全新的、高效的布艺清洁办法。但是品类的健康发展需要整个行业共同参与, 作为新兴清洁电器市场的重要一员, 布艺清洗机品类在发展的道路上仍有许多路要走。建立行业统一的测试标准和评估体系, 强化产品安全性能设计和检测, 是产业链协同发展的重要一环。

(永州新闻网)

布艺清洗机
如何成为家电行业
下一个风口

科技前沿

近日, 韩国延世大学科学家发布报告称, 他们设计出一种涂有催化剂的灯罩, 可将室内空气污染物转化为无害化合物。这种灯罩适用于卤素灯泡和白炽灯。研究人员在 2023 年美国化学会秋季年会上公布了此项研究成果。

灯罩的转化目标是挥发性有机化合物(VOC), 这是室内空气污染物的主要来源。这些化合物含有乙醛和甲醛, 通常由油漆、清洁剂、空气清新剂、塑料、家具、烹饪等来源释放。

市场监管

广东省市场监督管理局公布家用电器产品质量监督抽查情况

电热水壶、电风扇、电磁炉等多款产品不合格

2023 年 9 月 5 日, 广东省市场监督管理局网站发布关于家用电器产品质量监督抽查情况的通告(2023 年第 139 号)。

经检验, 本次监督抽查共发现不合格产品 133 款。

其中, 电热水壶 47 款, 主要不合格项目为: 发热、非正常工作、接地措施、输入功率和电流、机械强度、螺钉和连接、电源连接和外部软线, 主要涉及湛江 26 款、潮州 9 款、中山 5 款; 皮肤及毛发护理器具 45 款, 主要不合格项目为: 对触及带电部件

的防护、输入功率和电流、非正常工作、电源连接和外部软线、接地措施、连续骚扰电压、骚扰功率、辐射骚扰, 主要涉及揭阳 23 款、广州 9 款; 电风扇 19 款, 主要不合格项目为: 稳定性和机械危险、电源连接和外部软线、对触及带电部件的防护、机械强度、结构、外部导线用接线端子、非正常工作、接地措施、噪声、能效等级, 主要涉及佛山 10 款、外省 7 款; 电磁灶 13 款, 主要不合格项目为: 非正常工作、连续骚扰电压、能效等级、辐射骚扰, 主要涉及佛山 10 款; 电烤箱及烘烤器具 2 款, 主要不合格项目为: 非正常工作、连续骚扰电压、辐射骚扰, 主要涉及加热器 2 款, 主要不合格项目为: 对触及带电部件的防护、输入功率和电流、电源连接和外部软线、接地措施; 厨房机械 1 款, 主要不合格项目为: 稳定性和机械危险、电源连接和外部软线; 电热暖手器 1 款, 主要不合格项目为: 结构、元件; 其他液体加热器 1 款, 主要不合格项目为: 对触及带电部件

的防护、输入功率和电流、非正常工作、接地措施。

新奇涂层将灯罩变成空气净化器

热催化剂

由二氧化钛和少量铂制

成。研究人员在铝制灯罩的内部涂上催

化剂, 将其置于 100 瓦卤素灯泡上, 放在

含有乙醛气体和空气的测试室中。打

开灯将灯罩加热到大约 120°C, 激活催

化剂并分解乙醛。在这个过程中, VOC

首先转化为醋酸, 接着转化为甲酸, 最后转

化为二氧化碳和水。这两种酸都是温

和的, 释放的二氧化碳的量是无害的。此

外, 甲醛也可在同样条件下分解。

研究人员表示, 这是第一个利用灯

罩余热的演示。团队目前正在转向价

格更低的铂金的替代品, 利用新型铁基或

铜基催化剂来分解 VOC。铜是一种消

毒剂, 因此铜催化剂还可杀死空气中的微

生物。

(科技日报)

中国智能家电拓展海外市场