

■行业聚焦

吸尘器市场 规模扩大

细分市场生变 线下市场回暖

随着中国消费者环境保护和健康意识的不断增强,吸尘器和空气净化器等清洁类家电受到了广泛关注,也成为诸多家庭改善生活环境、提升生活品质、保障身体健康不可或缺的重要家电。

根据捷孚凯(GfK中国)吸尘器市场零售数据,2017年中国吸尘器零售市场规模将达到117亿元,零售量将达1600万台。从整体市场的增速来看,2017年中国吸尘器零售市场规模增速将达到44%,高于2016年的32%,整体市场呈现加速发展态势。

手持产品更受青睐

近年来,中国吸尘器市场平均单价呈现稳步上升态势。捷孚凯(GfK中国)吸尘器市场零售监测数据显示,2017年中国吸尘器零售市场整体平均单价将达到731元,而在2014年仅为569元。吸尘器市场平均单价的上升不仅是消费升级的体现,更是由于中国吸尘器市场在过去3年都处于产品快速升级阶段。

手持推杆式吸尘器凭借较为便携和体积较小,受到了中国消费者的广泛关注。根据捷孚凯(GfK中国)吸尘器市场线下大中城市零售监测数据,截至2017年9月,手持推杆式吸尘器零售量占比已经从2016年同期的近20%上升到近35%。而传统卧式吸尘器占比受到挤压,下降到约40%。线上市场也呈现同样趋势,根据捷孚凯(GfK中国)吸尘器线上市场零售监测数据,手持推杆式吸尘器的零售量占比上升至23%。无论在线下还是线上市场,手持推杆式吸尘器正在逐渐取代传统卧式吸尘器,成为消费者青睐的产品。

从平均单价来看,手持推杆式吸尘器高于传统卧式吸尘器。吸尘器市场产品在更新换代的同时,也带动了厂商利润的上升。在近几年的中国市场中,越来越多的品牌开始进入这一细分市场,新产品也不断出现。根据捷孚凯(GfK中国)吸尘器市场零售监测数据,截至2017年9月,手持推杆式吸尘器品牌数量达到104个,较2016年有所上升,型号数量从2016年同期的287个上升到410个。品牌竞争日渐激烈,消费者对于这一品类的选择增多,也加快了整体市场规模的上升速度。

对于中国手持推杆式吸尘器市场而言,过去几年产品和技术升级是一个不变的话题。通过一系列的产品升级,手持推杆式吸尘器正在逐渐解决原本诸多的“短板”,加快取代卧式吸尘器的步伐。捷孚凯(GfK中国)通过对于中国吸尘器市场的观察发现,常见的手持推杆式吸尘器的电机功率在200瓦到400瓦,而传统卧式吸尘器的功率都在1500瓦以上。卧式吸尘器的清扫能力和吸力普遍强于其他细分品类。另外,由于手持推杆式吸尘器采用了电机前置、风道缩短等差异化高效设计,在使用过程中会有更高的能效转化率。续航时间的不断延长、重量的不断变轻,更加强了该细分市场的产品优势。

扫地机器人不再高冷

中国是全球最大的扫地机器人市场,根据捷孚

凯(GfK中国)扫地机器人零售市场预估,2017年中国扫地机器人市场规模接近50亿元。随着小米、科沃斯等国产品牌相继推出更为低价、更为亲民的产品,智能扫地机器人已从高科技产品转入普通消费者的视野。过去几年,扫地机器人以惊人的速度普及,市场发展十分迅猛。前期发展阶段,扫地机器人主要以改进扫地效能为主。现阶段,扫地机器人在保证提供较优良的清洁效果后,转向多传感器融合、导航、路径规划等智能化核心技术的发展上。

此前市面上的扫地机器人多采用红外传感器、接触式传感器、超声波传感器等,仅有少部分高端机型使用了激光雷达传感器。对于智能化的扫地机器人室内定位和复杂路径规划的需求而言,传感器提供的信息尚显不足。因此过去的扫地机器人产品凸显出智能定义力度不足的问题,常以不够智能而被诟病。

随着导航系统的不断完善,智能导航系统逐渐在中国市场获得发展。诸多品牌推出带有导航系统和路径规划功能的高端型号。根据捷孚凯(GfK中国)扫地机器人零售监测数据,2015年具备导航系统的扫地机器人零售额占比不足1%,到2017年这一功能扫地机器人的占比预计将达到15%以上。拥有导航系统的扫地机器人可以在工作过程中,尽量做到清扫面积全覆盖且行走路径不重叠,依据某个或某些优化准则进行最优路径规划。随着这一技术的不断深化,扫地机器人又向要求更高的智能导航迈进了一步。越来越多的厂商意识到智能导航功能的重要性之后纷纷涉足这一领域,更多品牌参与竞争意味着更激烈的价格竞争以及更快的产品迭代,未来这一功能将得到更好普及。

线下市场开始回暖

根据捷孚凯(GfK中国)吸尘器零售推总数据,2017年吸尘器线上市场零售量的占比将达87.5%。在线上市场持续增长的同时,线下市场也出现了回暖的迹象。根据捷孚凯(GfK中国)吸尘器线下大中城市零售监测数据,2015年至2016年吸尘器市场始终处于量跌额涨的态势,这一局面预计会在2017年被打破,吸尘器线下市场有望在2017年达到零售量同比正增长。由于受到整体高端化趋势的影响,消费者更愿意接受更高价位段的产品,而线下体验式消费的特点对于操作性较强的吸尘器品类而言,无疑是推动高价位产品市场的重要因素。

吸尘器作为当今中国小家电市场中的主力产品之一,正处于产品升级、市场迭代、高速增长高爆发的黄金时代。但在市场火热增长的同时,产品同质化的现象也逐渐显现。企业需要警惕市场过热,冷静思考如何布局产品线,找准产品定位,在产品研发和设计方面寻求市场差异化,真正在群雄割据的中国吸尘器市场抓住商机。

(据《中国电子报》)



■选购技巧

教你选购 空气净化器

目前国内的净化器市场还处于开放阶段,国内、国外品牌混杂,进驻的品牌种类繁多,价格跨度从几百到上万不等,因此,许多消费者在选购净化器时会感到比较困惑。其实,想要选择一台合适的空气净化器,需要从构造和性能着手。

设备硬件要达标

1、外壳

空气净化器的外壳不影响净化效果,但是如果不能很好地融入家装风格会很突兀,破坏家里的整体装修风格,而且时尚简约的外壳设计让机器加分。

2、风机

净化器的风机分为轴流式和离心式两种。轴流式的工作原理类似于风扇,空气从一侧进,从另一侧出,而离心式则有空气加速离心的过程,这个过程使过滤速度更快,比轴流式风机有很大优势。

3、滤网

空气净化器的净化效果主要依靠滤网,滤网的主要材料是HEPA,HEPA等级越高过滤精度越高A。此外,消费者还要考虑滤网的除醛能力,家居空气的污染包括pm2.5和甲醛两部分,

如果不能将甲醛分解会造成二次污染。

4、智能设备

物联网兴起带给我们更多的智能家居体验,很多净化器都采用智能化设计,例如PM2.5的智能显示、多模式切换等,有的空气净化器也可以连接手机APP进行远程控制。

别忘参考新国标

熟悉了净化器的构造,消费者还需对净化器性能进一步了解,考量净化器净化效果的主要指标就是新国标,包括CADR值、CCM值、能效比、噪音值,总结为“三高一低”以这台莱克AP71净化器为例。

CADR值即洁净空气量,表示净化器每小时净化的空气量,是表示净化速度的单位。具有大洁净空气量的空气净化器实用性更强,大房间的净化更要选择大洁净空气量净化器。

CCM值即累计净化量,表示能够净化的污染物的量,也能直观衡量滤网的寿命。

能效比是衡量净化器是否节能的参考值。而噪音值顾名思义,当然是越低越好。

(据中国家电网)

蔬菜放冰箱怎样更新鲜?

冰箱能延长蔬菜保存期,让蔬菜更新鲜,但很多人不知道冰箱到底该怎样保存蔬菜。冰箱保存蔬菜,要注意下面这几件事。

注意冰箱的温度设置

保存蔬菜时,冰箱的温度并不是越低就越好。一般情况下,冰箱的蔬菜保存温度以5-7度为宜。同时,最好将蔬菜放到一开冰箱就能看到的地方,以保证在蔬菜还新鲜的时候吃掉它,避免久置。

注意保持蔬菜水分

其实,冰箱是一个比我们想象中更干燥的环境,蔬菜直接放入冰箱后水分会大量流失。因此,在将蔬菜放入冰箱时,要注意保持蔬菜的水分。具体来说,就是将蔬菜放入塑料袋中,再放入冰箱。

将蔬菜洗净后再放

将蔬菜清洗后再放入冰箱会更好。这是因为蔬菜中有不少泥土,其中暗藏着寄生虫卵和其他的细菌,买回蔬菜直接放入冰箱的做法并不卫生。但需要注意的是,洗完蔬菜后最好控干水分后再放入冰箱,以免多余的水分导致蔬菜腐烂。

(据39健康网)

