

新需求催生新市场 厨余垃圾处理器站上风口

随着生活垃圾分类工作逐步深入,一种新兴的小厨电——厨余垃圾处理器也登上了热搜,市场销售迎来数倍的增长,成为厨电新风口。虽然需求大增,但对于大多数消费者而言,厨余垃圾处理器仍是一个陌生产品,那么该如何选购呢?对此,业内人士提醒说,选产品时应注意其五大性能指标,并且“该产品在工作过程中‘怕软不怕硬’,如何正确使用更关键。”

垃圾处理器热销 2000元价位最抢手

据了解,厨余垃圾处理器通常被安装在水槽的下端,与下水管相连。它的工作原理是通过小型直流或交流电机驱动刀盘,小骨头、果皮果核、菜叶菜梗、咖啡渣、坚果壳、茶梗、残羹剩饭等被研磨粉碎,随水流排入下水管。记者走访广州苏宁河北路店看到,在售的该类产品型号有近10种,放在小家电销售区显眼的位置。记者在京东网上商城搜索“厨余垃圾处理器”,出来的产品多达近20000个,品牌也有近20个,产

品价格从数百元到七八千元不等,整体均价在3000元左右。其中,售价在2000元左右的产品销量最好,不少型号销量过万。

国内普及率不及0.1% 企业感觉“风来了”

感觉到“风来了”的还有生产企业。浙江一家垃圾处理器生产企业的负责人在接受媒体采访时表示,以前他们所生产的产品大部分出口美国,只有一部分在国内销售。现在,国内销售的订单在快速增长,并且最近每天接到的咨询量呈几十倍的增长,他很庆幸自己坚持到风口的到来。

事实上,厨余垃圾处理器在国内并非新鲜事物,已有20年的历史。据中国家用电器研究院健康家电综合性能试验室主任刘民介绍,这个产品准确叫法是“废弃垃圾食物处理器”。最早是由美国人于1927年发明,并于上世纪40年代开始在西方国家得到规模化应用。在我国也有20多年的历史,最早主要用于商用市场和出口。

据GEPRResearch统计,厨余垃圾

处理器销售主要集中在美国、中国、欧盟等地区。但厨余垃圾处理器在中国家庭中的普及率不及0.1%,在美国家庭普及率却已达90%。在美国,75%以上的新建住宅都配备了厨余垃圾处理器,其年渗透率提升幅度约为0.4%。

普及率低,也意味着在政策带动之下,我国厨余垃圾处理器市场有非常广阔的发展潜力。目前来看,处理器参与竞争的品牌主要是一些中小品牌,其中不少是家居品牌。该产品的发展还需要品牌效应,比如由头部品牌来推动行业发展。

选购时重点关注五大性能

虽然需求旺盛,但对大多数市民来说,都不熟悉厨余垃圾处理器,那应该怎样选购呢?对此,中国家用电器研究院副总工程师鲁建国给出了以下几个建议:

- 1 确认产品上是否标明了执行标准编号和名称,没有的不要买;
- 2 关注其性能,包括研磨率、研磨细度、研磨速度、噪声、振动等5个方面。依据GB/T 22802-2008《家用废弃食物处理器》国家标准要求,5个性能指标应符合下述要求:研磨

率,猪肋骨的研磨率不小于60%,混合负载的研磨率为100%。研磨速度,猪肋骨的研磨速度不小于0.8g/s,混合负载的研磨速度不小于8g/s。细度百分比,研磨后细度不小于6.4mm的残渣所占质量分数应小于7%。噪声,废弃食物处理器空载运行时的声功率级噪声值应不大于72dB(A)。振动,废弃食物处理器空载运行时的机身表面的振动加速度应小于4m/s²。

3 如果选购的是高端产品,那么还应具有健康抗菌功能,表现在其内腔、管道等部件上均使用的是抗菌材料。

4 价格方面,鲁建国表示,产品材质不同,比如有的是普通钢,有的是不锈钢,不能从价位来定义产品质量好坏,“应追求用同样的价格,买到更好的产品。”刘民则建议,出于生产经营成本的考虑,消费者不要购买价格过低的垃圾处理器产品,一般千元以上的产品会相对更有保障些,并且还要搞清楚机器价格是否将安装费用包含在内,有些品牌的产品需要另外收安装费的。

[据新华网]

报告称上半年我国家电市场规模达4297亿元

据新华社北京7月29日电(记者张辛欣)中国电子信息产业发展研究院29日在京发布《2019上半年我国家电市场报告》显示,上半年,我国家电行业运行稳定,产销均高于去年同期。国内市场零售总额达到4297亿元。线上渠道对家电销售的贡献率超过40%。

报告显示,上半年,我国家电市场消费升级趋势强劲,家电

消费从满足功能性消费转向满足改善型消费,以机器人、除螨仪等为代表的新型家电销量大幅增长。

值得一提的是,家电行业在深耕村镇级市场、加大市场深度方面成效显著。报告显示,上半年,我国家电网购零售额来自村镇级市场的虽然不到20%,但增幅达到96%。家电品牌头部企业均加速渠道下沉。

门窗渗水,要修还是换?

不少市民会遇到老旧门窗漏水、渗水的烦心事。泡水时间一长,甚至会导致门窗附近的墙面脱落、地板起翘。那么,门窗漏水渗水是该修还是该换?如果是密封胶、门窗零件、墙面导致的漏水,则可以用维修解决;如果是门窗质量、设计存在问题,或门窗已经达到使用年限、老化,则需重新更换。

密封胶、门窗零件、墙面导致的漏水,首先是门窗本身就存在设计问题,有的门窗在接缝处、开启处漏水,大多是因为质量问题导致的密封性不严。加上材料质量不过关,胶条、胶水、铰链等使用寿命缩短,容易老化。

除了产品本身质量问题外,墙体影响和安装操作也是导致门窗渗水的重要原因。墙体有裂缝的话,水就会渗入门窗的腔体中,造成漏水。正常来说安装是先打发泡胶,再打防水胶,有的师傅可能防水胶没打好,或是根本没打防水胶,发泡胶长时间露在外面,经过几个月就会粉化,导致出现墙体与框体之间漏水的情况。门窗出现问题,可以先尝试自行解决。然而不同的窗户需检查部位也不一样。如果是推拉窗,要看毛条是否卷起,是否脱毛等;如果是平开窗,要看胶条有没有老化、脱落或卷起,胶条接口是否断开,墙面是否老化、开裂等。毛条、胶条等零件都可以更换,墙体问题则需找专业师傅来解决。余泓毅表示,如果漏水点是打胶部位,补胶或重新打胶就行了,但如果是门窗的排水系统出现问题,则需要更换新门窗。

如需更换新门窗,可根据区域来选择门窗型材的厚度,高楼层居民可考虑抗台风的性能性门窗。换门窗的施工周期大致为3~4天,消费者在此期间可正常居住。消费者可以选择边拆边安装的方式,比如上午拆旧窗,下午就安装好新窗,这样晚上能正常居住,也能保证家里的安全。

更新新门窗时,消费者除了要家具、地板、墙面进行基本保护外,还要留意窗台石的情况。如果窗台石本身就存在裂缝,那么在拆除安装时极易损坏,建议消费者直接更换。如果窗台石本身完好无损,就可以继续使用。此外,安装完后,消费者还需修补墙体和门窗链接处的油漆,以达到美观效果。

对于要更换门窗的消费者而言,面对市场上琳琅满目的产品,该如何挑选呢?目前市面上门窗分为国产和进口两种,按型材厚度区分。据了解,国产1.4毫米价格每平方米约1400~1500元,1.8毫米每平方米约1700~1800元;进口1.8毫米每平方米约2100~2300元。另外,拆除旧门窗单独收人工费100元每平方米。

消费者可以根据区域来选择门窗型号。比如卧室门窗,它对隔音效果要求较高,可以用进口1.8毫米产品;阳台门窗面积较大,对隔音要求不是太高,可以选用国产1.8毫米,坚固度较强;卫生间通常门窗的面积较小,只需要一两扇单独窗户,可以选择性价比高的国产1.4毫米。

[据人民网]

家居新闻

用创新激活“睡眠经济”



【现象】近年来,“睡眠经济”悄然兴起。据不完全统计,截至2018年,我国整体睡眠市场容量已经超过1万亿元。相关产品不仅包括床具、睡眠纺织品、睡眠医疗服务和保健品,也包括提供各式助眠音乐,以及监测、改善睡眠状况的手机应用软件等。睡眠越来越成为“奢侈品”,催生了潜力巨大的睡眠市场,也吸引众多创业者涉足这片蓝海。

【点评】本想刷刷手机帮助入睡,却越看越精神;明明白天工作已经很累,躺在床上头脑却无比清醒……有这样经历的人不在少数,“睡得晚”“睡不着”“睡不够”成为很多人的烦恼。有报告显示,21.5%的国人经常失眠。在90后人群中,31%有晚睡习惯,60%以上觉得自己睡眠不足。“睡眠经济”的兴起,击中很多人普遍存在的健康痛点。

有需求就有市场。身处创新最前沿的商家,总能敏锐捕捉到健康消费新的增长点。从褪黑素、睡眠枕、助眠香薰这样的传统商品,到被冠以“黑科技”的安眠手环、失眠贴、睡眠喷雾、睡眠音箱等等,层出不穷的产品,打开了“睡眠经济”更大的想象空间。这一过程中,“人工智能+睡眠”成为人们追求高质量睡眠的最新模式,科技引领带来了新一轮的市场扩容。伴随着人们对健康关注度的提升,睡眠市场这片蓝海还有很大的成长空间。

观察当前的市场状况,总体上还处于起步探索阶段。一方面,市场上很多睡眠手环、睡眠监测枕等产品,虽然可以提供一份睡眠质量报告,但数据背后却没有提供有针对性的解决方案;很多助眠产品缺乏足够说服力,难以根本解决失眠群体的痛点。另一方面,产品五花八门,质量却良莠不齐,大量粗制滥造甚至虚假宣传的产品充斥市场,令消费者真假难辨。此外,利用高科技研发出的助眠产品价格昂贵,也让一般消费者望而却步。需求的旺盛和有效供给的不足,可以说是睡眠市场不容忽视的现状。

推动相关产业更好解决现实痛点,需要更高质量、更好体验的产品供给。实现这一目标,除了要进一步规范市场,更要靠创新铺就坚实的发展道路。面对庞大的市场蛋糕,倘若只注重数量品种,忽视质量提升,只会让消费者失望。近年来,一些企业在攻关核心技术上持续加大投入,把现代尖端科技运用到睡眠产品的创新升级上,与高校、科研院所建立产学研合作,加快科技成果产业化,提升产品的核心竞争力,这些无疑是发展“睡眠经济”的有益探索。通过创新,让科技进步的力量唤醒“睡眠经济”的市场,才能真正造福消费者。

“睡眠经济”的兴起,也从一个侧面提醒我们,睡眠问题应当得到全社会更多关注。从国际精神卫生和神经科学基金会将每年的3月21日定为世界睡眠日,到“睡眠医学”在国内成为独立学科,越来越多的国内医院将睡眠中心设为独立科室,再到科技引领“睡眠经济”迈向高质量发展阶段,人们逐渐认识到,科学看待睡眠困扰、形成更多的合力,才能让“好好睡一觉”不再那么难。

[据人民网]

超高清电视带来智慧家庭新体验

近日,在北京举行的“2019年(第十五届)中国数字电视产业发展大会”上,中国电子商会发布《2019年1—6月中国彩电消费及下半年趋势预测报告》(以下简称报告)显示,1月份至6月份,国内彩电销售量2200万台,其中4K超高清电视消费占比达70%,预计年底这一数字将超过80%,进入普及阶段。

今年以来,Sony、TCL、三星等品牌8K电视上市销售,大大提升了家庭观影高清显示程度。同时,在海信、长虹等品牌推动下,超大屏激光电视消费市场快速成长,今年销量有望达到20万台。

目前,国内消费者通过广电网络和电信网络都能收看到4K视频内容。例如,广东省有“综艺频道”,全国广电网络有“央视4K”,IPTV也在不同省份开通了4K频道。就电视产品而言,海信、长虹、海尔、Sony、LG、TCL、创维、飞利浦等品牌都开设了4K点播影视专区。预计明年各省市将会再开通9个至10个4K频道,实现高清频道向4K超高清频道大跨越。

值得关注的是,目前8K电视仍处于市场成长初期,整体市场份额较小。报告显示,今年国内8K彩电消费预计为6万台。

伴随网络基础设施不断发展完善,以及人工智能技术广泛应用,智能终端品类不断涌现并逐步普及,改变了传统家居体验方式。数据显示,我国智慧家庭市场规模正以每年20%的速度增长。智慧家庭概念深入人心,逐渐得到了消费者认可与接受。

中国电子技术标准化研究院、中国电子商会联合彩电上下游企业共同发布《以电视为中心的家居物联网白皮书》指出,智能家居产业入口从来都是各大平台型企业争夺的焦点,从路由器到家庭网关、开关面板,如今人工智能电视、

智能音箱又站在了风口浪尖,单品竞争已经上升为生态之争,智能电视正在抢占智能家居入口。

作为智慧家庭中重要显示终端,人工智能电视的天然优势使其成为了交互中心、控制中心、播放中心和存储中心。长虹、创维、海尔、海信等各大彩电品牌的智能家居布局也已逐渐成熟,小米、华为、京东等都拥有智慧物联平台。未来整个行业发展还需协同力量,逐步实现万物互联。此外,随着5G时代来临,还将“解锁”更多基于5G的场景化应用,人工智能和5G将给家庭生活带来新变化。 [据新华网]



永亨办公家具

永亨科技集团有限公司(大理分公司)

微信扫描二维码



地址:大理市苍山路亦乐写字楼9号
服务热线:135 7788 1685
0872-2192009

公众号: yohn1995

广告

公益广告

简单生活 拒绝浪费 资源有限 珍惜共有

低碳生活 健康大理

