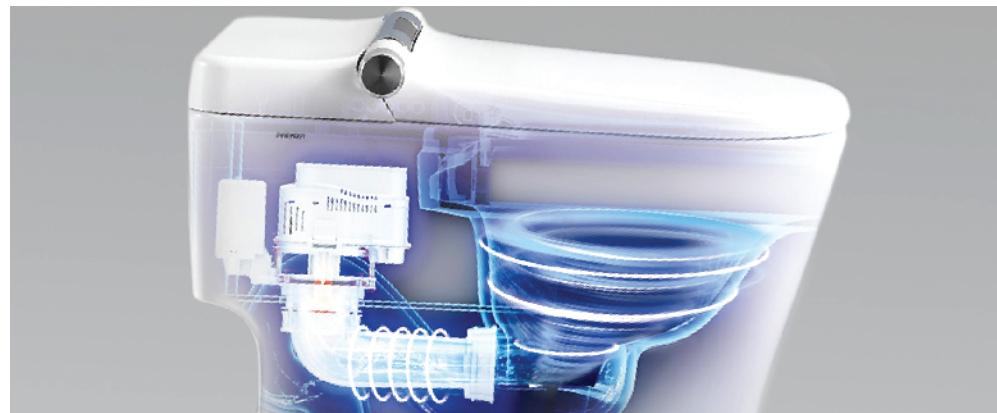


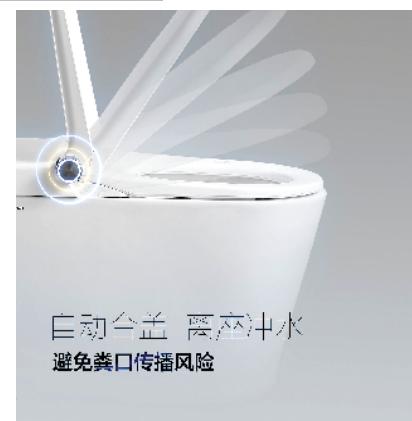
零触碰防细菌接触

智能马桶盖或成疫情下卫浴行业新商机



疫情令大家更关注卫生，希望尽量减少病毒细菌接触，为具自动感应开关的智能马桶盖带来了新商机。来自广州国美美店的数据显示，受疫情影响，智能马桶盖销量三月中开始回暖。三月订单较一二月增长约3倍，四月初延续了三月的销售态势。基于有部分国家出现抢购厕纸的情况，有国外智能马桶的公司称，一日的销售额高达10万美元。

■新快报记者 何璐诗



高潜力低普及 卫浴家电品牌混战抢攻

这次疫情可能是智能马桶普及的转折点。虽然智能马桶、智能马桶盖在日本、韩国等国家普及，但在国内，目前消费认知度仍然较低，市场渗透率依然不足3%。箭牌卫浴的相关负责人向记者表示，“疫情让大家的健康意识提高了，很多智能马桶、马桶盖都带有感应、杀菌功能，且直接避免了马桶盖板来回翻起落下频繁交叉接触。直播的时候用智能马桶盖做秒杀活动，能为活动争取不少流量。”

即热式产品抗菌率相对更高

疫情之下，不用亲自翻马桶盖，确实令人安心不少，但即使用智能马桶盖，我们的皮肤还是会与马桶产生直接接触，因此智能马桶盖的材质与抗菌性就显得尤为重要。一般来说，智能马桶盖的抗菌性能主要体现在座圈和水洗喷嘴两个方面。

在去年国家市场监督管理总局发

根据奥维云网(AVC)线上推总数据显示，2019年1-11月，智能坐便器市场零售额为33.7亿元，同比增长6.4%；零售量为126万台，同比增长19.1%。不过受大环境不佳影响，行业增速相比2019年同期有所放缓。

有业内人士分析指出，去年智能马桶、智能马桶盖的增长出现了放缓的趋势，主要原因是新房数量的减少，此前购买新房、装修时购买智能马桶盖的增量随房产市场的下滑而削减。中

怡康数据显示，2019年“双11”期间，智能坐便器零售量同比增长8%，但其零售量仅占生活电器板块总零售量的1%。但由于行业尚处于开发阶段，吸引了大批智能坐便器品牌、国内家电、卫浴等品牌纷纷涌入。当前，行业中除了箭牌、九牧等传统卫浴品牌外，还有海尔、美的、格力等家电巨头，以及小米、网易等互联网品牌，外资品牌则有松下、TOTO、杜拉维特等，争相填补市场的空白。

Tips

1 智能马桶盖应由专业安装人员上门安装、调试。使用中发现问题，应联系销售商或生产厂家安排专业人员进行维修。使用时应调试好温度与冲洗水压，温度过高容易造成烫伤，冲洗水压过高可能会引起不适；长时间不用时应断开电源，有水箱的产品应将水箱内的水排出，以免水箱内滋生细菌；配有过滤水源装置的产品，应关注使用期限，定期予以更换。

2 由于人体结构男女有别，在智能马桶的使用上多少会有差别。最好选择独立分开的两条喷嘴设计，除了基本臀部清洗之外，加有特别针对女性清洗喷嘴，更能准确清洗。

3 市面上的清洗、加热、烘干、自动翻盖等为智能马桶盖的核心功能，也是选购时的主要关注点，至于其他的记忆功能，手机APP连接，音乐播放等周边功能，可根据个人需要选择。

主要看座圈及喷嘴

布的GB/T 23131-2019《家用和类似用途电坐便器便座》的新修订中，为适应产品发展趋势，新标准新增了抗菌、防霉、除菌、除异味等多个项目，例如明示具有抗菌功能的器具，其材料抗菌率不应小于90%等。

市面的上储热式和即热式智能马桶盖，主要区别在于储水式产品，水箱中的

水被反复加热，较容易滋生细菌；即热式则无需水箱，通过置于管路中加热模块对流动的活水进行加热，达到即用即热的效果。目前抗菌表现佳的多为即热式智能马桶盖，主流产品坐圈抗菌率高达99.99%；针对用户担忧喷嘴反复使用存在污染风险，紫外线杀菌、抗菌银离子材料、喷嘴自洁等方案纷纷面世。

评测报告》，其中就对中高端智能马桶进行了相当于使用7年的测试。测试选购了涉及国内外品牌18个样品，价格在4000元-20000元之间不等，为各品牌中高端产品。在25000次测试后，发现样品均未出现裂纹、破裂等异常。

主流品牌质量逐渐成熟 中高端产品可如厕25000次以上

虽然智能马桶并没有像市场预期的那样实现快速井喷，但主流品牌的产品质量已得到大幅提升。去年年底，市场监管总局抽查的69家生产企业中发布的智能坐便器中，合格率为96%，高于2018年的94.3%，以及2017年的91.2%，大部分合格产

品为知名品牌。而不合格项目的产品则涉及输入功率和电流、便器用水量、坐便器水效等级、坐便器水效限值等问题。

除了质量问题，使用周期也是消费者的顾虑之一。智能马桶到底用多久会坏？浙江省消保委发布的《浙江智能马桶消费

尝新门槛将至千元以下 中端产品份额最高

价格太高，过不了心理关口，价格太低，无法信赖品质。选择智能马桶盖时，2000元成为了不少消费者下不下手的关键价位。奥维云网(AVC)线上推总数据显示，2019年1-11月，智能马桶盖线上市场均价为1872元。智能马桶盖2000元以下价格段产品市场份额普遍上涨，而2000元以上价格段产品市场份额在不断下降。

从广州国美美店的数据上看，今年第一季度销售的智能马桶盖绝大多数价格在799-3000之间，其中1500-2500元间的产品约占70%。虽然接近均价的中端产品较容易令消费者接受，但智能马桶盖的尝新门槛正在逐渐降低。

智米、京造等品牌都推出了价格千元的产品，同样具备即热式加热、紫外线杀

菌、前置进水过滤、多挡水温水压调节等功能，在产品功能差异不大的情况下，品牌间的竞争更多地从产品本身转移到价格上。但无法忽略的是，长远来看，低价竞争容易导致企业盈利空间缩小，迫使研发投入降低，低端产品充斥市场，最终影响消费者的产品使用体验，影响行业健康持续发展。