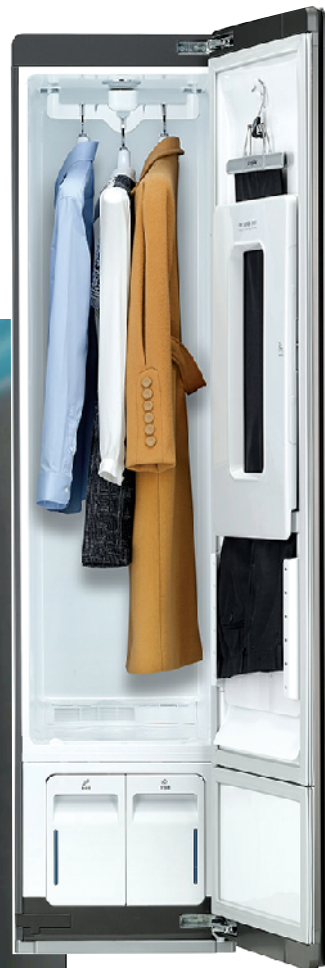


衣物护理机 到底值不值得尝新?

如果不是特殊时期,我们或许不知道衣物护理机还能除菌、洁净、去过敏原……面对疫情,人们对健康家电的渴望变得日趋多元,外形酷似衣柜的衣物护理机并非新物种,但随着中产消费水准跃迁,健康指数和幸福指数对标,衣物护理机再次将自己推向C位。韩系品牌五位数的起步价,依然让人望而却步,不少国产品牌也趁机加入战团,为它们走进家庭降低了门槛。

■新快报记者 何璐诗/文
资料图片/图



关注

高低端产品价格相差超 10 倍

衣物护理机可能对于不少消费者来说,还是比较陌生,但其实该产品早已在多年前面世。早在 2015 年美国 CES(消费电子展)上,LG 已推出了第二代智能衣物护理机 Styler。最开始是“把干洗店搬回家”的概念,移动衣架会轻柔地晃动经蒸汽处理后的衣物,以去除褶皱以及异味等。在韩国推出时,产品曾一度遇冷,因为产品售价超过 100 万韩元,而功能上却无法完全取代熨斗或干洗店。2017 年来到中国,市场,但近 1.7 万元人民币的售价,并未牵动太多消费者的心。其后三星加入战团,推出 AirDresser 系列衣物护理机,更自信地作出 23988 元

的定价。

从外观来看,韩系衣物护理机就像是一台立式空调,打开机门你会发现,里面是仅能挂几件衣物的苗条型衣柜。两大韩系品牌产品,无论是大小和高度,还是内里的空间设计,都比较相近。可以把西装、校服、大衣皮革、毛公仔、毛巾、枕头及贴身内衣等,都放进去进行消毒杀菌、除螨祛味、衣物塑形、蒸汽轻洗、柔温烘干等,功能上没有太大的差异。

除了融入高收入家庭的家装场景,衣物护理机的中低端细分市场也开始发力,国产品牌的加入,令衣物护理机更平易近人,起步门槛甚至从万元降至千元级别。国产与进口品牌产

品的售价相差超 10 倍,斐郡、天骏等国产品牌主攻 7000 元-9000 元的中端产品,除了针对家庭消费者,还切入酒店市场。千元级别的衣物护理机多为折叠式设计,目前主要为摩飞、天骏两个品牌,产品造型也较为近似,但部分使用评论认为蒸汽量不足,难以去除严重皱褶。

中国家用电器研究院、奥维云网发布的《2020 品质生活护衣白皮书》指出,目前衣物护理机在国内仍处于起步阶段,规模不大但发展十分迅速,产品的高中低端定位明显分化,而且参与品牌和竞争机型相对较少,消费者选择空间不足。

目前并未有通用标准判别除菌功能

在特殊时间,大家对衣物护理有了新的认知,但消费者对于衣物护理机除菌功能的理解并没有“深入骨髓”,通用的行业标准还有待统一。

例如三星 AirDresser 系列获得的 A+ 认证,为中国家用电器研究院和中轻联认证中心联合推出的高端家电性能认证;而 LG Styler 则是以美国 intertek 测试等国外认证大肠杆菌及金

黄葡萄球菌等。对于具体的抗菌功效,并没有通用的具体标准衡量。

当前,业内比较关注的团体标准 T/CAQI 114—2020《家用和类似用途电动晾衣机健康功能技术要求和试验方法》,以及《家用及类似用途电器的抗病毒、除病毒功能通用技术要求及评价方法》团体标准。该标准主要从除病毒通用方法进行规范,并对各个类型的家电除病毒方法进行

细分。“衣物护理的健康领域包含很多内容,除菌、抗菌只是其中的重要组成部分。”某业内人士表示,不仅有除菌和抗菌,还包含除病毒、除异味、除过敏原等。如果去除率缺乏标准依据,病毒种类不统一,这样消费者将难以比较。“尽快补充标准化体系,可以为以后的国标或行标引入除病毒项目进行铺路,相信后续会推出除菌消毒的认证。”

市场需要教育过程 未来或是新蓝海

“由于疫情和潮湿等问题的存在,人们需要使用衣物护理机”,新的健康需要令不少品牌开始加入衣物护理机市场,也判断这一市场将会出现爆炸性增长。

不过,相比起国外,国内的衣物护理机市场还未真正打开。由于衣物护理机并非刚需产品,与手持挂烫机的价格差异巨大,并且未有行业通用的除菌标准,令不少消费者难以冲破心

理门槛。

有业内人士指出,相当一部分的消费者对于衣物护理机不是特别熟悉,不过绝大多数消费者都有衣物护理的需求,这种体验可能是通过挂烫机或者电熨斗来实现的。“首先衣物护理机的市场开拓需要一个消费者教育的过程,其次衣物护理机市场是一个蓝海市场,有着巨大的潜在空间。”

对于家居空间而言,有设计师认

为衣物护理机的颜值,以及与家装的融合度,也是打动消费者的重要因素之一。中国建筑学会室内设计分会会员右尔表示,“消费者对家居中消毒产品的关注度正在提升;同时,家装和家居风格一定是贯通一体的,产品的颜值与风格能否与整体的居室设计适配非常重要,一款融入家装场景的衣物护理机未来更能获得高收入家庭的欢迎。”

2020 广州国际专业灯光 音响展 21 日开锣

新快报讯 2020 年 8 月 21 日至 24 日,广州国际专业灯光、音响展览会将正式开锣。期间 PLSG 年度培训课程也将同步开启,聚焦行业前沿趋势及科技,重塑娱乐、影音和活动产业发展格局。年度培训课程旨在为国际和当地行业专家及从业人员提供一个交流的平台,让他们就娱乐、活动制作和商业领域的知识和技能交流看法、分享经验。课程通过聚焦未来科技应用、发展趋势、设计技术及音频、AoIP、媒体系统解决方案、灯光和演出安全,由此提升从业人员的职业素养及技能。活动将推出一系列研讨会及培训班,包括灯光音响界的未来,网络技术、演出安全实操培训,重启大型活动的安全策划及管理,Dante 数字音频传输证书培训及系统应用等。(何璐诗)

皮阿诺二季度总体业绩 基本恢复

新快报讯 广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司日前发布 2020 年半年度业绩快报。公司 2020 年 1-6 月实现营业收入 5.14 亿元,同比下降 7.35%;归属于上市公司股东的净利润 4979.17 万元,同比下降 16.16%。皮阿诺表示,上半年度,公司业绩总体受到国内疫情的影响,但公司坚定中高端战略升级定位,实施差异化经营,大力发展大宗工程业务,业绩逐步好转。二季度总体业绩基本恢复,公司零售衣柜二季度订单金额同比增长 10.65%,其中 6 月份订单金额同比增长 18.12%;大宗工程业务二季度订单金额同比增长 20.47%,其中 6 月份订单金额同比增长 39.32%;零售橱柜因精装市场发展的影响,二季度市场订单承压,但随着零售新店销售起量,将逐步好转。(毛静)