

# 一人住一人食 宅家“懒系”，厨电带动单身经济

■新快报记者  
何璐诗/文 图/资料图

“活自己，不将就。”是单身独居者的主流心声，“一个人也要好好吃饭”成为了当下流行的生活态度。面对城市里越来越庞大的单身群体，家居和家电商家正“大开脑洞”，专门订制产品和服务来迎合单身群体的生活方式。无论是一人家居定制方案，还是宅家“懒系”厨电，都是为了给单身人群提供小确幸的满足感，给家更多的可能性。

## A 单身独居也要找“小确幸” 从家居设计中体现兴趣爱好

单身经济从来走到“崛起”，已成为不可忽视的消费力量。如何把握“单身”机遇成为了企业们的新的竞争点。根据巴乐兔平台数据显示2017—2023中国房屋租赁人口会持续增加，预计在2023年会达到2.48亿人口，并且多数租房人群中有51%处于单身状态，年龄分布主要集中在90后。

单身独居的概念，正影响着家居行业的产品趋势。一兜糖家居发布的《2020家居生活及消费趋势报告》指出，一个人住的趋势正在上涨，这些单身人群核心诉求是通过“家居”表达自己，家居企业在设计和方案的时候，需要传递帮助客户实现“更好的自己”信息。

报告显示，居住在50平方米小户型内的单身群体约占1/4，他们的痛点是面积太小，但即使在有限的空间内，仍希望按自己的喜好布置。大到工作台、展示架，小到抱枕、绿植等软装点缀，都体现着他们对生活的情趣和热爱。在设

计上，这类人群更偏向将自己的爱好融入空间，例如将厨房打造成“治愈的避难所”，一人食也要有仪式感，又或者把家打造成“二次元之家”“宠奴之家”等。TCDI创思国际建筑事务所创始人覃思在近日的《2020中国定制家居行业峰会》上表示，“如今的年轻消费群体，不少喜欢一个人独乐乐，消费心理正在改变，从拥有更多不如拥有更好、从功能到感情，从物理高价到心理溢价，只要他心理再贵他也买，只要他不喜欢再便宜他都不埋单。所以我们本身要做到是怎么跟他们匹配，这才是高定制的方向。”



## B “一人食”也要仪式感 迷你厨电成新消费“蓝海”

一个人也要品质生活，“一个人也要好好吃饭”成为当下流行的生活态度，疫情让不少单身一族主动远离外卖，爱上在家做饭的健康味道，厨房小家电也逐渐将重心转移到单身市场。

目前，越来越多的“一人份”家电出现在电器市场。根据天猫官方数据显示，2019年“双十一”期间，“一人份”厨房电器的同比增速是厨房电器整体增速的2倍，共计售出230万件迷你厨房电器，其中北、上、广、深等一线城市地的销量占比达到18%。迷你电饭煲、迷你烤箱、一

人豆浆机、便携电水壶、迷你三明治机……在单身经济下，以往人多的家庭场景下使用的家电品类也出现了迷你款、单人款。据奥维云网(AVC)监测数据显示，2019年累计11月，低于21升的小型微波炉线下市场份额占比达到33.4%，同比去年上涨4.4%；低于3升的小型电饭煲线上市场份额占比14.7%，同比去年上涨2.3%。

虽然辅助式烹饪的“懒系”家电，能带来“少动手的享受”，但由于小家电市场的进入门槛低，导致市面上的不同品

牌的产品相似度较高，行业同质化问题严重。同时，立足小家电领域的专业企业，包括九阳、老板、苏泊尔、小熊等，仍处于快速增长期。“针对同质化问题，我们的策略是积极推进新品开发，进一步优化消费者生活，另一方面通过创新营销手段，把健康的生活方式和生活态度传递给更多用户。”九阳相关负责人向记者表示，今年以来，特意针对单身群体，推出“一人食”系列小家电，并与多个IP联名，包括LINE FRIENDS联名款不用手洗豆浆机K solo以及Hello

Kitty联名款养生壶等。“年轻人吃饭需要仪式感，且对操作要求便捷，除了兼顾颜值，自动翻炒无油烟的炒菜机器人、自动加水和面的面条机等产品，其实也是以‘让生活更简单’为价值导向。”来自奥维云网的分析指出，“一人份”产品多用于单身人士，而懒惰是普遍的共性，消费观念逐渐会倾向于方便智能，并不是再一味的追求“性价比”，他们宁可将不合适的厨电收起来，去购买更加合适新产品，产品将向专业、智能化观念的转变。

关注

## 后疫情时代 家居5G模式或将催生行业新风口



新快报讯 2020年的疫情催生了家装行业新的增长模式，其中线上量尺、线上设计、线上看方案等服务方式，直逼消费痛点，并且也体现出对未来消费市场的强大挖掘力。实际上，家居产业的5G模式已经开始被头部企业探索和落地。在8月9日的“领家居5G时代——2020尚品宅配品牌战略发布会”上，尚品宅配总经理李嘉聪用一句话概括了“家居5G模式”的核心内容，即在智能设计、智能制造、智能交付支撑下的全屋整装、全屋定

制、全屋配套。

家居界也要有自己的5G模式，在“房型库×产品库×方案库”的支持下，尚品宅配快速上线了在线量尺、在线设计、在线看方案的服务。“为了给消费者提供满意的设计方案，尚品宅配学习2600万套方案，学会了AI设计，打造出家居设计界的Alpha-Go，一分钟输出3套专业级别的效果图，并且可以规避很多设计师的不足。”李嘉聪介绍道。而落地到具体的前端服务层面，通过AI智能云设计，设计师的工作效率被极大

提高，并且每一位设计师都比客户更懂客户，确保消费者拿到的是专家级方案。后端支持层面，李嘉聪介绍道，在人工智能驱动下，制造效能提升超过20%，材料利用率超90%，近50万件的超级日产能，超10000个日生产订单，尚品宅配把少数人的定制变成了多数人的生活。进入2020年，尚品宅配签约全新代言人赵丽颖，并与家居业顶级流量“设计师阿爽”合作，现在的尚品宅配，全网拥有1.5亿粉丝矩阵，能实现从线上引流到门店。

(毛静)