

智能坐便器存量市场用户顾虑大

功能细致化和便利安装或成“普及”转折点

疫情暴发以后,具有杀菌、消毒功能的智能坐便器行业被认为迎来了新一轮增长的机会。来自奥维云网线上推总数据显示,2020年1-10月,智能坐便器线上销量为111.2万台,同比增长23.4%。随着大家对智能坐便器的认知逐步加深,对产品的创新和细致化变得越发敏感和高标准。多位业内人士认为,水压限制、浸水洁净度不足、浴室干湿不分离等“中国式痛点”正推动本土化创新,如何更充分地让消费者拥有安全、稳定、健康的体验,是提升智能坐便器普及率的重要转折点。

■新快报记者 何璐诗



解决“中国式痛点” 激活存量市场

在充满不确定性的2020年,消费者的观念发生了改变,比以往任何时候更关注生活的“小确幸”,更愿意为“健康”埋单。这背后反映的,正是用户对智能坐便器的切实需求。

从精装房渗透率来看,在近日的“洁净舒爽 焕新生活——2020中国智能坐便器行业高峰论坛”上,奥维云网总裁郭梅德指出,2020年1-9月,我国精装修房智能坐便器补品配套率为15.3%,配套量同比增长19.7%。分析深层次原因,郭梅德表示:“相对分体机,智能坐便器一体机一体化、契合度高、更美观,对于重视卫生间的用户尤其

是新房装修而言是更好的选择方案。”

然而,中国存量用户比增量用户多得多,单纯想体验智能坐便器,但并没有整体装修计划的消费者,内心总是很多疑问:在低水压的使用环境,智能坐便器的清洁性能稳定发挥吗?在没有满足干湿分离条件之下,智能坐便器如何能安全使用……

在便洁宝总经理黄朝阳看来,整个中国家庭的普及率大概3%都不到,普及率比较低的问题,同时也是技术的迭代、升级的问题。“针对‘中国式’的使用环境,防潮和水质方面都需要采取的一些对应的技术方案,比如在产品里面的控制板对应

提升了防潮的等级要求。另外,中国的水质比较硬,特别是北方的地区,会出现结垢的现象,如果加水加热的模块没有进行很好的处理,很快对这个水管路表面会形成结垢,会降低加热器的使用寿命。”

海尔卫玺CEO李长征认为,随着整个智能坐便器产业的发展,它与人的健康息息相关,特别是肛肠疾病的预防,同时女性的需求也特别敏感。“我们正在研究抗菌的材质,水的处理净化是在海尔的研发体系当中一个比较重要的课题,这些年我们把这个水健康作为解决产品如何健康接触人体的重要切入点。”

关注

iColor 爱客 打造家居产业生态圈

新快报讯 据中国产业调研网预测,我国二次装修需求量规模将于今年年末达到4万亿,与2015年的2万亿相比,平均年复合增长率超过15%。对消费者而言,家装消费本就是家庭消费中最复杂的消费行为之一,加上旧房改造需求多样,其中潜藏着的购买渠道分散、价格体系模糊、质量与工期不可控等问题,使二次装修成为了一大疑难。

深入洞察消费者对一站式家居家装服务的迫切需求,iColor建立起组织装修全要素的平台,集结设计师、服务商、施工方,共同为消费者提供定制设计、整体装修、局部改造、维修更换、全屋净化、家居商城等多种服务,为用户提供全套省心、无忧的家装解决方案。

在今年疫情的影响下,数字化消费趋势也在家装领域不断渗透。为配合用户消费习惯的转变,iColor在9月与阿里巴巴电商生态官方家居家居设计平台——躺平设计家签署合作协议,在获客营销一体化、设计可视化等方面展开深度合作。双方将通过系统上的无缝对接、资源上的取长补短,在整个装修链路中为消费者创造更优质的服务体验。(何璐诗)

提升产品功能本身精致化 成卫浴企业的核心关注点

近年,中国消费者对智能坐便器的认知度大大提高。2019年底,国家电网受中国家用电器协会智能卫浴电器专委会委托进行过一场街头随机调研,产生有效问卷1107张,其中约95%的受调研者听说过智能坐便器这一产品,受调查者中,约80%的人有购买或再次购买智能坐便器的意愿。在家ZAIJIA联合创始人陈锦婷指出,“目前70后、80后、90后人群是带动我国消费的主力军,他们认为智能坐便器能够给家居生活带来改变,有过半的使用者已经对智能坐便器有一定的认知与了解,清楚地知道什么样的功能适合自己使用。”

在这个市场基础上,对用户真正的需

求进行洞察,提升产品功能本身的精致化,成为了不少卫浴企业的核心关注点。九牧服务运营总监陈燕文表示,我们有一个部门叫“未来空间站”,这里面会对我们不同的客户、不同的年龄、不同的教育背景、环境进行多面的需求洞察去调研,梳理出他的功能、需求、卖点、开发点是什么。

松下住宅设备副BU长任少阳认为,不同的企业对于产品功能本身的精致化的方向是不一样的,比如说在日本市场,大家都会诉求水流的清洗感受。在国内市场,既有清洗的细致需求,也有座圈温度分布均匀的诉求,消费者体验时会看时否有的地方热有的地方冷。

除了功能精致化,智能坐便器制造商也没有放弃创新角度升级产品技术。在黄朝阳看来,“虽然叫智能坐便器,但是我们对智能方便的应用现在来讲还是远远不够的。例如人走近坐便器自动打开,我认为这个不是智能,这是自动。智能是比如拥有节能的学习功能,它会知道你用户的使用习惯,早上6点半到7点半是使用高峰,但可能10点之后到下午5点这段时间家里基本上没有人,那么他会记住你这个使用习惯之后,对需要频繁使用的时段,会满负荷地去待机,但是对不适用的这段时间它会进入一种待机的状态,降低它的能耗。”

解决用户安装方面的顾虑 将是换新市场一个精准的突破口

想换智能坐便器,又怕大兴土木,可以怎么做?安装问题,令智能坐便器在普及方面,存在不少阻碍。从目前的市场来看,有一类用户的典型的心态是:想着家里卫生间都多年了,光换智能坐便器,好像跟整个卫浴空间格格不入,然后产生另一个新需求——卫生间局改。但局改又涉及要敲瓷砖、贴瓷砖、甚至改电等,周期会变得非常长。这时用户又会非常犹豫,想着还是等到下次装修吧。中国家用电器协会副理事长朱军对此表示,各方面的企业都在探索对房屋特定的局部进行局装的技术和方法。

事实上,作为一个强安装属性的产

品,解决用户安装方面的顾虑和痛点,将是换新市场一个精准的突破口,也是智能坐便器企业激活存量市场的重要环节。在2020中国智能坐便器行业高峰论坛上,由中国家用电器协会智能卫浴电器专委会牵头起草的T/CHEAA 0013-2020《智能坐便器安装服务规范》团体标准正式发布,该团体标准将对企业的安装服务行为进行规范,为没有装修计划的消费者,消除选装、换装智能坐便器时对安装环节的顾虑。

在这一点上,智能坐便器企业推出了不少解决方案。比如针对用户忧虑的安装换新不便、水电改造困难、破坏卫生间装

修等系列问题,海尔卫玺提供了免费的电路改造、免费移机等服务,并为用户提供免费测量坑距、免费拆旧机器、协助清运旧马桶等。恒洁则在2016年推出了开行业先河的智能坐便器整机六年质保服务。松下卫浴推出了针对全国范围的用户免费预约安装,并提供电路改造、水路延长、拆装等免费服务。

有业内人士指出,用户的顾虑非常大。满足存量用户的需求,是一个非常大的课题,未来几年存量市场服务的满意度,将处于快速爬坡的过程,激活换新市场,将是实现产品从小众走向大众的关键点。