

# 家居 智能马桶 价格持续走低 入门价格低至2000元内

业内人士:加快产品推动还需在细分客群的使用需求和场景挖掘

当前,智能马桶不仅能解决“人有三急”,还衍生出众多的功能。除了解决冬天如厕时坐在马桶圈上一片冰凉的困扰,智能马桶还具备自动感应翻盖、臀部冲洗、除臭杀菌、音乐播放,甚至是健康监测等,成为消费者家装升级的必备购物清单。然而,智能马桶目前尚未真正走进大多家庭。截至2021年年底,国内智能坐便器的渗透率仅在4%左右。而日本、美国、韩国智能坐便器渗透率已经高达90%、60%、60%。有业内人士表示,想要推动产品普及,还需在细分消费客群的使用需求和场景挖掘、智能化技术研发升级等方面多下功夫。

■新快报记者 梁茹欣 受访品牌供图

## 知晓率高但认知有限

### 消费者更倾向性价比较高的智能马桶一体机

“有没有过购买智能马桶的朋友,这真的好用吗?”最近忙着装修的小萱,在朋友圈写下自己的纠结:原本坚定要在新家安上智能马桶的她,在浏览众多测评帖子后,反而迟迟拿不定主意。“之所以选择智能马桶,是因为看中坐垫发热功能,但普通马桶买个马桶垫也适用。还有一些产品具备臀部冲洗、自动感应翻盖、音乐播放等,看似实用却多少有些鸡肋。”

在评论区与她有相同困惑的并不在少数。此前,国家电网对近1000名消费者发起一项深度调研。结果显示,用户对智能坐便器产品的知晓率已经达到了86%。在这些知晓智能坐

便器的用户中,有过使用体验的用户占比六成以上。不过,尽管智能马桶一体机和智能马桶盖已经成为家庭卫浴空间装修升级的基础选项,但仍有不少人对其认知有限,不知是选择智能马桶一体机还是普通马桶搭配智能马桶盖,两者功能有何不同?不同家庭的生活空间究竟适用哪类产品?

近日,新快报记者走访广州家居卖场。卖场销售人员介绍,智能马桶讲究马桶的设计一体化,通常不可以拆卸;而智能马桶盖单指一个盖板,安装相对简单。用户只需将普通马桶盖拆卸下来,拆装水管,再安装上智能马桶盖即可。因其为独立盖板,

智能马桶盖对水箱到便座前端距离、安装孔间的距离等都有限制。在产品功能方面,两者大多都具有座圈加热、清洗、烘干等功能。智能马桶在此基础上还增加了自动翻盖、自动除臭、感应冲水等功能,同时搭载“按钮面板+遥控装置”,操作简单便捷。

记者在多个卫浴门店发现,包括TOTO、科勒、恒洁等品牌在内,均以展示智能马桶为主,标价从数千元到上万元不等。销售人员表示,消费者基本优先考虑智能马桶,选择智能马桶盖的并不多。尤其在两者功能基本相似、价格差不多的情况下,消费者认为选购智能马桶的性价比更高。

## 价格下行趋势明显

### “2字头”千元产品受青睐

为获得更多市场份额,智能马桶近些年的价格持续走低,在线上渠道表现得尤为明显。根据奥维云网公布的数据显示,2018-2020年以及2021年1-11月,线上渠道智能马桶盖的销售均价为1935元、1766元、1537元、1522元,智能马桶一体机的销售均价为3943元、3450元、3254元、3146元。

奥维云网地产事业部高级研究经理杨会会告诉新快报记者,今年上半年,智能马桶一体机增量明显,较去年同期增幅达到59%。其中2000元内的产品最受消费者青睐。具体来看,2022年1-6月,线上1000-2000元的智能马桶一体机零售份额为24%,较去年同期增长8%;2000-3000元的零售份额不足35%,较去年同期的47%下滑幅度较大。同时,其余高端价位的产品均有所增长,但幅

度不大,仅有1%-2%。“2021年,智能马桶盖市场接近一半的份额来自于约2000元以内的产品。今年仍然是这个价格段居多。而相较于智能马桶盖,消费者在这个价位段更倾向于智能马桶一体机。”

在她看来,目前国内智能马桶市场渗透率低的原因,很大程度上归结于用户的产品使用和消费习惯差异所致。“由于智能马桶所替代对象是普通马桶,在三四线城市,对于习惯使用传统蹲便器的消费者来说,让其在短期内接受智能马桶,需要一个相对较长的周期。当前该类产品的市场还是集中在一二线和部分三线城市,这部分消费者尤其是80后、90后的人群,他们对于智能产品的接受程度更高,叠加疫情影响带来的生活空间居住属性要求如卫生、环保、健康等,这些城市的增量尤为明

显。”

除了考虑装修预算等现实因素,消费者能否接受智能马桶还是一个家庭生活习惯的博弈过程。有消费者表示,使用智能马桶要克服很多心理与情绪上的担忧,如冲洗的喷头与水质是否卫生、一家多口不同如厕习惯带来的卫生与清洁顾虑等。与此同时,由于智能坐便器不属于刚需消费品,市场保有量基数不高,叠加行业对产品的消费引导力度、产品销售安装等因素的制约,都对其加快普及造成影响。

杨会会坦言,企业当下主要集中在营销端展开竞争,例如降低产品价格、增添功能等,而在产品技术本身并没有太多实质性突破。想要推动产品普及,还需在细分消费客群的使用需求和场景挖掘、智能化技术研发升级等方面多下功夫。

## 产品渐趋同质化 卫浴空间“智慧+健康” 或成突围关键

有业内人士分析认为,目前市面上的智能马桶一体机及智能马桶盖的功能日渐同质化,基本上已经很难让消费者眼前一亮。面对今年上半年行业不景气的情况下,许多企业意识到要跳出同质化竞争,开始加大生产研发投入。

浪鲸卫浴品牌相关负责人向记者表示,近两年疫情常态化的背景下,消费者对卫浴空间有了新的考量,“健康化+适老适幼”成为主要消费需求。消费者对智能马桶的要求不止是满足日常使用,更要做到易洁抗污,有效阻隔细菌的滋生,对老人小孩的使用友好。据其介绍,浪鲸卫浴热销的智能产品诸如S12脉霸、S50云净、S30蓝半球等都增添了一键记忆功能,可以根据老人、小孩的使用习惯一键定制抗菌除臭、即热水洗、智能免触等一系列功能,满足消费者的日常使用需求。另外,针对传统马桶的智能升级改造需要电路安装的问题,浪鲸卫浴还推出了“以旧换新”项目,加快产品普及。

中国家用电器协会副理事长朱军分析指出,当前多数企业的产品比3-5年前的产品有了很大的提高,企业在产品的功能开发和提升;关注用户健康卫生、使用体验;提升产品稳定性、美观性和安全性上做了大量的工作。随着产量和产品集中度的提升,品牌企业产品的性价比和服务能力也在不断增强。“智能马桶产业的发展前景可观,随着国内房地产市场精装商品房的占比提高,卫浴空间智能化将越来越被开发商和用户接受和认可。未来,智能坐便器将是卫浴空间智能化的重要推动产品。品牌企业作为卫浴空间产品的整体供应商,围绕卫浴空间智能化、场景化推动产品升级换代,将创建更好的市场发展空间。”

据悉,中国家用电器协会正在着手编制智能坐便器安全使用年限标准。该标准规定了智能坐便器安全使用年限的术语和定义、要求、正常使用条件、提醒信息等内容,提出了智能坐便器安全使用年限的限制。该协会工作人员表示,作为涉水涉电产品,且使用环节潮湿、复杂,智能坐便器超期服役时,有漏水、漏电风险,需要适时更换。尤其是对2015年前后站在行业风口的第一批消费者来说,他们所购买的产品早已存在了安全使用风险,相关标准亟待制定与完善。

注释:智能马桶又称智能坐便器,起源于国外,最初用于医疗和老年保健。



扫码了解更多“家·生活”资讯