

使用体验差、杂牌较多、认知不足……

厨余垃圾处理器 销量突然“哑火”

随着2019年垃圾分类措施开始实施,厨余垃圾处理器加快走进消费者视野,其市场销量一度走高,并吸引了众多企业下场竞逐。不过,曾风靡一时的厨余垃圾处理器走到当下,却重新面临着销量下滑、市场回暖不及预期的窘境。而使用体验差、不匹配中餐饮食习惯等痛点依旧横亘在行业发展之间,企业又要如何走稳突围之路?

■新快报记者 梁茹欣



■资料图片

1 市场高速增长后 如今遭遇“哑火”

一桌子香气四溢的菜肴背后,可能是厨房里有遍地狼藉待收拾。做菜产生的菜叶子、剩饭剩菜、果皮蛋壳、茶叶、骨头……这些有机物含量较高、含水多、油腻的厨余垃圾,稍微处置不当就会引来蚊虫“光顾”,也让不少烹饪爱好者止步于厨房前。

现如今,这番困扰被另一番场景所打消:在厨房里,只需要将菜头、菜叶、瓜果皮,甚至是骨头等统统塞进水槽后按下厨余垃圾处理器(或称“厨余垃圾粉碎机”)的开关,这一机器便能通过直流电机或者交流电机的驱动力把研磨盘中这些厨余搅碎,然后顺着下水道与污水一并流向城市的污水处理厂。而凭借着方便、快捷等特点,厨余垃圾处理器近两三年逐渐打开市场销路,迎来了一段“高光”时期。中怡康数据显示,2019年,厨余垃圾处理器线上市场销量超过13万台,零售额超3亿元,销售高峰时期一周能卖出去5000套。2020年线上市场厨余垃圾处理器零售量规模达21.7万台,同比增长85%,零售额规模4.4亿元,同比增长118%。

然而,好景不长。厨余垃圾处理器市场当下却面临“哑火”境遇。奥维云网近日发布的2023年上半年厨余垃圾处理器市场报告(下称“报告”)指出,2022年厨余垃圾处理器行业全渠道零售额11.0亿元,同比下降20.4%;2023年1-6月厨余垃圾处理器行业全渠道零售额4.4亿元,同比下降27.6%,市场并没有出现期待中的回暖迹象。

对此,奥维云网(AVC)厨电大数据事业部高级研究经理王紫仪接受新快报记者采访时表示,除了行业整体大环境因素影响外,市场出现减速还受多种因素影响。一是厨余垃圾处理器属于改善型产品,国内普及率较低,终端消费者对这类产品的了解还处于概念普及阶段,存在认知盲区。二是由于行业的相关标准、规范等不够完善,市场上杂牌较多,产品质量参差不齐,影响消费者的认知与使用体验。三是产品层面,部分消费者对其使用体验观感并不如人意,如厨余垃圾处理器并不符合国人重油的饮食习惯、产品频繁出问题等痛点未解决。

2 不匹配中餐饮食习惯等消费痛点未消

作为舶来品,厨余垃圾处理器早在上个世纪90年代末期就已经传入中国,但在过去很长时间都处于缓慢发展的状态中。直至今日,消费者认知度不够、不匹配中餐厨房环境等问题依旧横亘在行业发展之间。

记者检索电商平台发现,厨余垃圾处理器从1000-6000元不等,除了贝克巴斯、爱适易、唯斯特姆等专注厨余垃圾处理器的企业外,海尔、美的、卡萨帝、云米、复旦申花等企业也涉足该赛道。在商品评论区,安装难、噪声大、漏水、出现异味、售后不到位等问题成为消费者诟病的主要方面。

消费者李女士表示,之前跟风花费1500多元购买一款厨余垃圾处理器,使用4个月后,发现厨房下水道出现堵塞。前来疏通管道的师傅告诉她,这主要由于垃圾处理器处理不当所导致。李女士后面咨询客服后才知道,粗纤维、蛋壳、骨头类等一概不能放入水槽中,只适

用于个别厨余。“这一圈挑拣下来,本该要处理的厨余基本所剩无几,机器还要定期大清洗,产品浪费钱又鸡肋。”

王紫仪指出,当前消费者在使用方面依旧多有掣肘:当前厨余垃圾处理器对于中式饮食习惯的重油污、高纤维、大骨头等方面处理能力有限,仍需要对厨余垃圾进行分类处理;再者,对于管道孔径较小的老旧小区,使用垃圾处理器容易造成下水道堵塞;另外,消费者仍需要手动将厨余垃圾塞进垃圾处理器入口,以及研磨后用水才能冲走。

另外,此前也有生态与环境学领域的专家学者提到,厨余垃圾被粉碎后,其包含的废油仍会随着水流黏附在管壁上,久而久之沉淀在管道内,即使是管径大的管道中也很可能造成堵塞。而在国外该产品使用普及率较高,除了当地市民厨余垃圾含油较少外,他们房屋的管网也要大得多,并在房屋设计规划时同步配置好管网。

3 线上线下市场正呈现价格分化趋势

从购买群体来看,大多数厨余垃圾处理器用户为一二线城市以及垃圾分类政策较为严格的地区的年轻群体。这类群体的年龄层在25-45岁之间,他们对产品有着更高的新诉求,既要提升垃圾处理器和国内管道的适配性,还要升级厨余垃圾处理能力,包括降低噪音、提高能效及环保程度、提升智能化使用便捷程度等。

为适应消费者需求,厨余垃圾处理器市场近两年来出现了诸多变化。价格方面,其线上线下市场正呈现分化趋势。报告显示,2023年1-6月厨余垃圾处理器线上市场0-1999元价格段零售额占比36%,较上年同期提升8个百分点;线上整体均价呈下降趋势,3月均价创近三年新低。线下KA市场5000元以上价格段零售额占比19%,较上年同期提升8个百分点;线下整体均价持续攀升,高端化趋势明显。功能

方面,部分企业将厨余垃圾处理器与洗碗机或水槽形成一体化的解决方案,如利用洗碗机洗涤后的热水对厨余垃圾处理器进行冲洗,减少藏污纳垢;或者针对中餐中的高纤维、体积较大的骨头,企业改良出更加精细的研磨动力设计,使其研磨效果更佳。

在行业人士看来,除了利用多渠道进行市场教育,提高消费者认可度外,企业当前应对厨余垃圾处理器进行本土化改良,进一步契合国人的饮食习惯与使用习惯,并且将厨余垃圾处理器和集成水槽、洗碗机作为集成洗净中心一同向外推广销售,从出厂即打通产品功能配套使用。售后方面,厨余垃圾处理器有较强的安装属性和较复杂的维修、检测流程,因此提升产品的售后服务的质量不仅影响到消费者的购买决策,长远看还关系到品类的普及和渗透,企业也需在此方面多下功夫,让产品能得到更多市场认可。

关注

顾家家居敏华控股 专利问题再起纠纷

新快报讯 记者梁茹欣报道

近日,敏华控股和顾家家居两家软体头部企业再次因为专利纠纷引起业内讨论。据媒体报道称,敏华控股的两家关联公司敏华家具制造(惠州)有限公司、锐迈科技股份有限公司于今年向广州市知识产权法院起诉顾家家居三项专利侵权,主要涉及功能沙发的靠背随动装置、支撑框架、座框等,但目前该案尚未开庭。对于争议焦点,敏华方面认为,此次涉案的三项专利是构成旗下芝华仕品牌“零靠墙”创新沙发产品的突出功能——座椅可调节且避免墙面损伤的重要组成部分。

对此,顾家家居方面于8月9日回应称,近几年顾家家居在功能沙发核心技术领域持续加大投入,成立专业团队自主研发,并在“零靠墙”等技术实现了行业突破,已获得国家数项专利,相应的技术均取得了国家专利的保护,在行业中,该项技术的指标具有领先性,并不存在抄袭或专利侵权行为。

记者梳理发现,敏华控股和顾家家居近年来曾因专利问题有过多次正面交锋。2019年上海家博会展会期间,顾家家居投诉指控敏华控股参展的一款芝华仕沙发侵犯了其专利,并向上海家博会知识产权办公室提交了《知识产权投诉登记单》。

而在同年举行的深圳国际家具展上,敏华控股则向深圳国际家具展知识产权保护站提交了《保护知识产权投诉表》及相关资料,称顾家家居的两款产品侵犯了其专利。

时间再往前推,在2014年3月的东莞家具展上,敏华控股以顾家家居大量生产、销售与其享有的名为“沙发(7202)”外观设计专利(专利号为ZL200730133885.3)完全相同或近似的产品已构成侵权为由,向法院提起诉讼。原审法院作出裁定,查封顾家家居在展览会上公开展出和销售的侵权沙发。随后,顾家家居向国家知识产权局专利复审委员会提供证据链,专利复审委员会宣布敏华控股本专利全部无效。后面敏华控股多次上诉均被驳回,此次专利纠纷案最终以敏华控股败诉告终。



扫码了解更多“家·生活”资讯