

附置健康功能的家居装饰会成常态吗?

疫情过后家居行业或将衍生与人的健康关联的细分领域综述

经历了这次新冠疫情以后,人们在生产、生活中更加突出卫生安全对维护人的健康的重要性。出门戴口罩、勤洗手等都成了一种文化自觉,健康家居的装饰装修普遍得到高度重视和认同。

一些家居制造企业开始给产品“做加法”。普通的衣柜改进成为可以消毒杀菌、鞋柜可以烘干去味、厨房可以通过声波驱赶烦人的蟑螂等附置功能。可见,家居装饰开始向卫生安全和身体健康的消费需求方向发展。

附置健康功能的家居装饰会成为一种常态吗?有关业内人士认为,健康型住宅装饰装修内涵丰富,它是当今家居行业彰显以人为本的具体实践,是“家文化”的重要组成。在疫情当下或今后,健康功能型的家居装饰或将成为一个大的发展方向,家居行业或将衍生与之关联的细分领域。

健康型家居成为当今装饰装修的醒目标键

“索菲亚”家居3月份发布了一款嵌入式智能衣物护理柜,它拥有快速护理、精细护理、轻柔烘干、去味除菌等4大功能,可实现烘干、去味、杀菌、除皱、香薰等效果。

疫情期间,人们外出回家后往往在衣物上喷洒大量酒精,再放置到通风处。据介绍,智能衣物护理柜便可替代此过程,护理柜中的气流可使粉尘与衣服分离,并由水分子吸附带走,回流到护理柜的底部废水箱,并释放热蒸汽+短波紫外线,达到除菌与除螨的效果。

短波紫外线具有较强的杀菌效力,低温烘干最高温度可高达60摄氏度,消费者还能根据需求调整护理时间,在回南天、梅雨季节也十分适用。另外,护理柜还能通过产生的蒸汽分子,去除霉味、火锅味以及烟草味等异味。外观方面,护理柜可以嵌入式“藏”在柜子里,与普通柜子看上去没有区别,能保持整体家居设计风格。

无独有偶,同为定制家居品牌的“好莱客”家居3月份发布了“Howise智+健康系统”,针对不同空间,推出了外置式智能衣物护理机和入户、厨房、卧室的嵌入式护理系统。其中,外置式暖晒智能衣物护理机,采用热蒸汽和短波紫外线双重除菌除螨,其外置式设计,能让护理机灵活移动,可放置在入户、客厅、卧室、衣帽间和办公室等多种区域。而入户作为回家的第一道安全屏障,智能健康入户系统将护理设备嵌入鞋柜,运用等离子杀菌、陶瓷加热烘干除湿、排气除臭。



厨房是与健康息息相关的空间,厨房健康设备系统可针对各个特定场所,比如等离子驱虫杀菌、感应除湿、防潮防霉、超声波驱赶蟑螂等;卧室健康设备系统包含衣物护理精灵与智能护理衣杆两大模式,内衣和外衣分开护理、杀菌除螨。据介绍,此套系统可灵活搭配,对新人住宅、局部焕新或旧改新二次装饰装修等都是适用的。

“奥普”家居3月23日召开健康新国货数字发布会上提出一整套有关健康家居的解决方案,其功能主要针对阳台、浴室、客厅、卧室,与此配套的有奥芯浴霸、轻智浴霸、智能晾衣机、风扇灯、单向新风系统、新氧宝等六款产品。比如奥芯浴霸可以解决浴室潮湿闷热的问题,它一边通风一边换气,只需运行十多分钟就可以使一个10平方米的浴室空气变得清新。

现在家居建材与装饰市场出现了功能性瓷砖,它以可净化空气为附加功能的瓷砖居多。据悉,较早推出净化空气功能瓷砖的是“特地·负离子瓷砖”。资料显示,负离子可以降低、中和空气有害物质,通常城市住宅的负离子含量是40~50个/立方厘米,空调房内的负离子含量是0~25个/立方厘米,当使用了“特地·负离子瓷砖”后,大部分消费者的家里负离子含量可以超过1500个/立方厘米。

附加健康型功能的产品质量还需经得起市场检验

健康功能家居产品对市场寄予了一

定希望,但消费者是否会“买账”?有关消费者表示:如果产品消毒、杀菌、净化的效果好,而且价格不是很贵的情况下,一般会考虑购买。

广东省定制家居协会副秘书长蒙辉认为:家居产品的功能升级一定会成为未来家居产业发展的一个重要方向,相关健康的功能升级可能会是其中一个重要组成部分。但附置健康功能家居升级是否能成为品牌增长点还有待商榷,首先它需要为消费者提供价值,获得消费者接受,然后才有可能成为企业真正的增长点。

目前,家居产品更多的是满足人们日常基本生活需求,对附加功能还处于消费者普及教育阶段,对比家电行业的健康家电,比如空气净化器,可调节温度、湿度、气流的空调、全屋净水器等,已经达到让人们熟知的阶段,健康功能家居产品还需一定时间让消费者接受。

现在许多品牌推出了环保板材。比如“索菲亚”在2015年自主研发了康纯板,掀起一股无甲醛添加趋势。该板材获得了美国环境保护署颁发的EPA(NAF)无甲醛豁免认证,通过了2019绿色人居大奖格奖的A+认证。目前,“索菲亚”有多个系列都是采用康纯板,如轻奢系列,能为消费者提供环保、高颜值的产品。据“索菲亚”2019年财报,康纯板2019年的客户占比已达44%,而2019年初的占比仅为14%;业绩收入占比也从年初的8%上升至26.2%。其预测,随着消费者环保意识越

发增强,未来还将继续提升。

而“好莱客”的原态系列板材,今年已升级至5.0。据介绍,其净醛抗菌专利技术可将空气游离甲醛分解为水分子和二氧化碳,保证室内空气纯净。“好莱客”营销中心总经理库腾此前在接受媒体采访时表示:从2012年开始,“好莱客”便推出了原态板,经过8年时间,原态系列已经达到较大占比,成为好莱客的健康基因。而疫情之下,正是普及健康产品的好机会。

家居行业在迭代重构中或将衍生与人的健康关联的细分领域

春暖花开,企业生产渐渐恢复正常,但疫情给人们带来的观念转变仍不会消失,人们或许会养成在人流密集处继续戴口罩、消毒洗手的习惯,对健康的要求将进一步增强。

今天我们提及健康功能型的装饰家居,会成为一种新的可持续发展的长效机制吗?这是值得分析讨论的。

喜临门品牌中心负责人陈晓冬认为:纵观消费者的变化,从最开始的实用性到现在的品质装饰需求,家居产品也随之做出相应改变。现在消费者不仅要求环保型的装饰,还要求床垫能够更好地支撑身体,这种健康理念与喜临门“保护脊椎”的健康家居战略是高度统一的。而这个市场战略则是向大健康领域发展的第一步。中国未来经济社会发展,一定是以贴合人体健康、充满人文关怀为主旋律的一种“家文化”而存在,“健康的家文化”一定是家居行业可持续发展的鲜明指向,预计超80%的行业所形成的产业模式都会与人的健康有关。

当然,“不排除一部分企业的健康功能研发存在‘营销噱头’之嫌。”蒙辉认为,如果是这样的存在,那么,这些功能家居产品很快会被市场淘汰;而真正好的产品经过市场检验后一定会沉淀下来,这些经历沉淀的、被市场证明认可过的产品,有可能会成为未来家居生活中的标配。家居产品首要的功能还是以满足人们日常实用为主,额外附置的健康型功能设施并不一定是刚需。

一些有识之士认为,家居企业的首要任务是保证产品环保质量,这是第一位的。“智能+健康”的家居装饰成为趋势,预计也可能成为一个新领域,就像我们现在常用的智能手表一样,过去人们不认为手表需要有监测身体数据的功能。随着科技创新发展,人的思维观念提升,让这一切成为了现实可能,并且最终或将被广大消费者认可接受。

(王颖婷)

上海市《绿色建筑评价标准》发布

践行「适用、经济、绿色、美观」的建筑方针,推动上海市住房和城乡建设事业高质量发展

为积极践行“适用、经济、绿色、美观”的建筑方针,推动上海市住房和城乡建设事业高质量发展,上海市住建委于2019年7月组织开展上海市《绿色建筑评价标准》修订工作,近日该修订工作顺利完成。

上海市住房和城乡建设委员会批准上海市《绿色建筑评价标准》DG/TJ08-2090-2020(下文简称《标准》)为上海市工程建设规范,成为2019版国家绿色建筑评价标准发布后的首部地方评价标准。

《标准》由上海市建筑科学研究院(集团)有限公司和上海市建材业市场管理总站共同主编,参编单位包括上海市绿色建筑协会、华东建筑设计研究院有限公司、同济大学建筑设计研究院(集团)有限公司等行业领军单位。

标准特色

作为建筑业践行绿色发展理念的重要载体,绿色建筑是在全寿命周期内,节约资源、保护环境、减少污染,为人们提供健康、适用、高效的使用空间,最大限度地实现人与自然环境共生的高质量建筑,应在发展中保障和改善民生,不断满足人民日益增长的美好生活需要。

本次《标准》修订落实“以人民为中心”的新时期绿色建筑核心理念,充分调研了国内外绿色建筑标准体系发展和实践经验,总结了上海市气候资源条件和城市建设发展特征,构建了“安全耐久、健康舒适、生活便利、资源节约、环境宜居”五大绿色性能指标。

修订工作重点围绕绿色建筑指标的适用性、地方特色的体现性和评价方法的操作性开展,并兼顾性能提升和用户感知。性能提升方面,《标准》强化了相关标准规范、管理要求,在重视资源节约和环境宜居的基础上,突出了上海作为超大城市,对立体空间开发、固废建材应用、能源高效利用、智慧信息集成等方面的需求特征;用户感知方面,强化了设施安全耐久、人员健康舒适和环境生活便利等内容,增设了设施可靠、人车分流、水质保障、健身场地、车位配置、充电设施等评价指标。

作为推动建筑运营效果体现的重要抓手,《标准》提出竣工评价和运行评价合理兼容但适度差异化的操作要求,对接了上海市绿色建筑财政扶持政策,从而更有效地保障绿色建筑性能的实现。

标准价值

《标准》的修订颁布吸收了建筑科技发展的新技术新理念,将进一步凸显上海市绿色建筑的发展水平和引导方向,促进和保障建筑使用者身体健康,提升市民对高品质生活的获得感,并进而带动产业链的健康持续发展,从而更好地推动上海市建筑业“绿色、创新、协调、开放、共享”的高质量发展。

(住建委)



华为的“欧洲小镇”

华为是全球知名科技公司,在其基地总部建筑建设上,华为借鉴了牛津、温德米尔、卢森堡、布鲁日等在内的十二个经典建筑和街区,在东莞松山湖斥资100亿元打造了典雅的“欧洲小镇”。

华为重视高科技人才工作环境而建立的“欧洲小镇”研发基地,室内装饰大面积使用立邦内墙艺术质感涂料,不仅装饰效果更佳,而且在抗污性、耐冲击性和耐用性等方面都有大幅提升。(华为)

“疫情下的全球经济信心指数”在线发布

预计化工行业在经历短期震荡后维持基本长期向好态势

□记者 顾今

近日,世界知名的多元化化工企业沙特基础工业公司(英文缩写SABIC)携手《财经》杂志和《财经智库》在线发布了“疫情下的全球经济信心指数”。发布会上,SABIC副总裁兼北亚区总裁李雷、清华大学国家金融研究院院长傅成玉、中国社会科学院学部委员李扬、北京大学国家发展研究院院长姚洋、中国国际经济交流中心首席研究员张燕生、中国人民大学副校长刘元春和中泰证券首席经济学家李迅雷等相关领域专家针对此前由SABIC和《财经》共同发布的《2020年全球经济信心指数》、《2020能源化工前瞻指数》调查结果,共同探讨当前全球与中国经

济面临的即时风险、未来前景以及应对之道。

李雷指出,2020年全球经济信心承压明显,化工行业预计在经历短期震荡后维持基本长期向好态势。他进一步表示:“人类社会因为前所未有的紧密联接,无意间触发了一场前所未有的全球疫情。然而以邻为壑显然并非是可行的退路,真正的出路应该是协作,是进一步强化现有的紧密联接,调整与深化目前的全球化格局。人类命运共同体,理应共同承担对未来的希冀。”

记者了解到,SABIC携手《财经》杂志及《财经智库》,历时近3个月,面向全球经济学家、企业家和政商界

知名人士与意见领袖进行了全球经济信心指数的调查。同时,为了解重要垂直行业的发展前景,更准确地把握宏观经济脉搏,今年的报告还特别关注了广泛渗透国民经济各环节的能源化工行业,并联合中国石油和化学工业联合会等权威机构和专家首次开展了专项调查。

调查结果显示:疫情成为冲击全球经济的最大“黑天鹅”,长达十年的全球经济扩张周期可能结束。受访者认为,受内外需的下滑影响,2020年中国经济将面临较大的下行压力。但相比投资和出口,消费作为经济增长“压舱石”的作用将更加凸显,也是今年对疫情的重要方向。但更长远看,疫情可

能导致全球产业链格局初现分散化、多中心化的新趋势,对如何保持中国制造业中心地位与促进产业升级则提出新的挑战。

除了本次重磅发布的全球经济信心指数,SABIC在中国持续投身包括博鳌亚洲论坛和中国高层发展论坛在内的一系列顶级对话平台,一直致力于扩大在华业务规模。

据悉,SABIC目前在上海拥有一座先进的研发中心,同时,在上海、广州和重庆建有三家工厂,业务范围遍及中国14个城市,并与中石化在天津建有一家合资公司——中沙(天津)石化有限公司。

模式创新:看居然之家“数字化”破局之路

“人货场”的数字重构,推进3D云设计,为消费者提供浸入式购物体验



题记:作为以家居为主体,以实体店连锁为核心,以会展、物流、电商为战略支撑的居然之家,疫情当前以“数字化”为“破局”、为突破口,从而取得了良好的市场效应。居然之家总裁王宁在一次论坛演讲中介绍了企业创新发展经验,其发展理念对当前广大企业如何加快“创新驱动发展,经济转型升级”

步伐、增强市场竞争力或将带来借鉴。

疫情倒逼企业向“数字化”模式转型升级

疫情之下,居然之家凭借其业内领先的“数字化”步伐走出了一条“破局之路”,备受行业关注。王宁认为:居然之家两年前就提出了要向大数据驱动转

型发展,与阿里巴巴开启战略合作,逐步完成了线下卖场的“数字化”改造升级,以及线上同城站的搭建等一系列举措,效果初现。期间,居然之家还与阿里巴巴共同投资成立了家装、家居设计平台“躺平设计家”,这个平台就是以“设计+场景”为切入点,以技术为驱动,赋能线上线下贯通的体验场、消费场。这次疫情,对居然之家来讲,既是对近年来“数字化”转型成果的检验,也是对企业未来继续加速“数字化”步伐的倒逼。

当下市场危机主要威胁的是一些“免疫力”较低的企业,具体表现在现金流、管理、执行力、团队,甚至是商业模式、企业文化和价值观等方面的“硬伤”。

对于居然之家而言,一方面,在线办公系统“钉钉”的成熟运用,实现了

万人团队沟通自如、协同作战的效应,另一方面,居然之家早在去年就开始布局“淘宝直播”,体现了作为营销前端利器该有的锋芒。

数据显示,自2月份以来,居然之家全国门店累计直播多达2.2万场,收获近10万笔订单。王宁认为,疫情中最大的收获来自与阿里联手打造的本地化电商平台“同城站”,并能在全国快速拓展,目前已在国内布局了100多个城市,为当地居然之家卖场实现了引流和蓄客。

“数字化”建设就是“人货场”的数字重构

“数字化”建设就是“人货场”的数字重构,居然之家占据了这一先发优势。王宁表示,在“人”的方面,居然之家的会员非常具象,通过数据挖掘和分析工具,从过去大海捞针式粗放型营

销到现在为消费者画像、预判消费者行为的精准营销转变,使得卖场可以更精准地提供多样化、个性化的市场服务;在“货”的方面,居然之家逐渐实现了精细化的商品管理,达成线上线下一盘货的一体化运营体系;在“场”的方面,居然之家建设起卖场智慧客流系统,圈内人发现有需求的潜在客户推送信息,呈现卖场客流变化趋势、识别消费者属性;进而为卖场提供营销决策依据,同时增加互动体验、室内导航等功能,提升消费者的购物体验和逛店效率。

为打破“场”在物理端的限制,居然之家携手躺平设计家积极推进“3D云设计”“云渲染”等“数字化”技术的落地应用,在“3D场景导购”方面持续发力,为消费者提供浸入式、个性化的购物体验,取得了良好的效应。

按照计划,居然之家将与阿里联手

继续提升挖掘会员数据的能力,并向品牌商赋能,继续加快同城站的拓展速度,加强商品的精细化管理,同时,至今年底完成全国所有门店的“数字化”升级。

王宁认为,“自上而下变革的决心和信心以及合作伙伴阿里的鼎力支持,帮助居然之家顺利完成了对自己的手术。我们已经清楚地知道消费者在哪儿了。接下来该考虑如何精准地紧贴消费者需求。居然之家‘数字化’转型的提升空间还是很大的”。

越来越多的企业家意识到“数字化”建设对增强企业软实力的重要性。王宁预测,未来二、三年,高质量的家居装饰产业将进入一个突飞猛进的时期,他希望能有更多的品牌家居企业能共同参与融入进来,展示自己的价值。(时健之)