

多企业布局适老家居,细分赛道能否带来新机遇?

中国人口正式步入负增长时代。国家统计局发布最新人口数据显示,2022年,全国人口为14.11亿人,比上年末减少85万人。

同时,老龄化也进入了新的阶段。2022年,全国60岁及以上人口达到了2.8亿人,占比接近19.8%,逼近中度老龄化标准。预计2035年左右,60岁及以上老年人口将突破4亿,占比将超过30%,进入重度老龄化阶段。

国家层面,工信部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局联合发布了《推进家居产业高质量发展行动方案》,提出“推动适老家电家具、健康电器、生活服务类机器人等产品研发应用。”

在人口老龄化程度不断加深、国家政策引领、居家养老成为主流的背景下,适老家具的开发和推广将成为家居企业又一创增长极。

供需不平衡的国内适老家具市场

国内适老家具市场主要呈现供给与需求之间不平衡的状态。

首先是市场认知度和关注度不足。虽然有相当一部分消费者和企业已经开始重视适老家居,但还是远远落后于我国的老龄化程度和速度。

一方面,消费者在进行初次装修时,多是考虑当前的喜好和流行趋势,很少会把目光放到几十年之后。

另一方面,企业普遍认为年轻人更有消费能力,因此挖空心思迎合年轻群体,将品牌、产品年轻化,而对于老年群体的

需求关注甚少,导致适老家具产品存在巨大缺口。

但实际上老年人并非消费实力弱,企业普遍认为老年人受成长环境和观念的限制而偏向于“节俭”的消费观念,从保健品走俏势头不难看出,老年人不是不舍得花钱,而是没有遇到能够打动他们的产品。

其二,适老化家具标准不完善。自1999年起,中国开始步入老龄化社会,直到2022年《适老家具通用技术要求》团体标准正式实施,规定了一般要求、安全性要求、使用性要求、舒适性要求、说明书与警示标识等,适老家具才有了权威标准和参考依据。在此之前,适老家具市场处于混乱的状态。

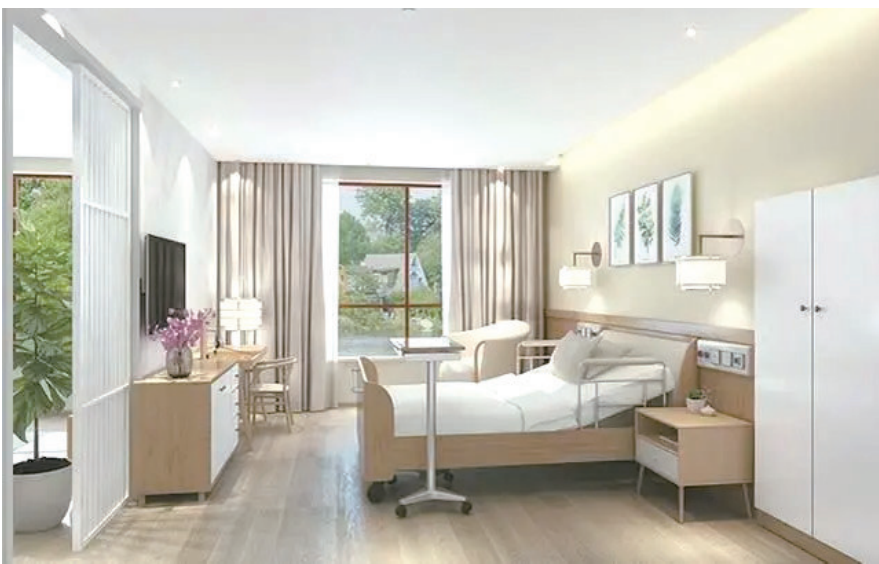
此外,相比于普通的家具产品,适老家具产品的标准实际上会更高。目前,市场上有许多打着“适老”幌子的家具,改变还停留在外观、材质和一些基本功能的改变上面,没有从生活场景出发,去真正解决老年人的居家问题。

其三,适老家具主要面向政府机构、社区、养老院等B端市场。但实际上居家养老仍然是当今社会的主流养老方式。按照我国“9073”的养老模式,约有2.5亿老人会选择居家养老。C端市场作为适老家具的主战场,蕴藏着巨大的潜力。

头部企业关注适老赛道

近年来,随着老龄化的速度加快,不少企业看到了其中的商机,开始进入适老家具领域。

天坛家具深耕适老家具领域,旗下拥



有安馨、安怡、思忆、托斯卡纳等多种系列适老家具,产品包括多功能衣柜、多功能床头柜、电动护理床等。

美的集团发布适老化家居品牌“美颐享”,推出“美颐享热水器”“美颐享智慧环浴坐浴盆”“美颐享智能药盒饮水机”等产品。

海尔集团推出大字体的关爱系列洗衣机、可自动熄火的防干烧燃气灶、能听懂方言的AI语音智慧保鲜冰箱等产品,并成立“智慧康养联合创新中心”。

格力集团推出了首款银发群体使用的“馨天翁”系列空调,送风更加温和,避免忽冷忽热导致的感冒,搭载了可调语音播报功能,可进行简单的人机交互。

京东集团则跨界联合九牧、四季沐

歌、松下等行业知名品牌,共同发布京东居家适老战略,推出了适老卫浴套餐、定制化卫浴空间解决方案。

卫浴企业也不甘落后。东鹏卫浴推出“康养空间”,配备了石墨烯电暖板,能在洗浴的时候为老人提供一个温暖舒适的环境。

欧派、金牌橱柜等定制家居企业针对老年人记忆力衰退的特点,推出智能橱柜,具备燃气安防系统、智能漏水报警装置等,可定时自动关闭燃气阀门,排除安全隐患。

随着越来越多企业,甚至是行业巨头的加入,适老家具市场呈现出愈演愈烈之势。

但是整体来说,专注于适老家具的企业规模普遍不大,而头部企业在该业务倾注的精力也远远少于其他业务,导致适老家具领域一直没能得到很好的突破。

智能化适老家居有着巨大想象空间

相比于普通的家具产品,适老家具最明显的特点是无障碍、方便、舒适,而这些也恰好是智能家居的属性。

指纹识别的智能门锁、智能感应的灯光系统、智能晾衣架、能监测身体状态的智能床垫等都是老年人关注的热门品类。在全民联网时代,老年人也在积极学习新事物,对智能家居的接受程度比我们想象中要高。

根据QuestMobile发布的《2022银发

经济洞察报告》显示,2022年8月,银发用户在智能家居行业月活跃用户规模为3338万,同比增长73.3%,正在成为智能家居的重要用户。

功能先进、操作便捷、稳定性强的智能家居不仅能满足年轻人的需求,也能给老年人提供便利,实现家具的通用化。

不少企业尝试将适老家具和智能家居结合,推出更加安全、方便、舒适的适老化智能家居产品。

喜临门将智能关怀床垫接入HUAWEI HiLink生态系统,使其具有睡眠监测、抗菌防螨等功能,加上小精灵助眠灯等智能产品,帮助老年人营造良好的睡眠环境。

萤石网络推出“老人看护”服务,通过AI算法以及多种居家看护设备检测老人的活动情况,当有异常时可快速通知监护人。

海疆卫浴推出适老化卫浴空间,以“魔镜”为终端,自动监测老人身体状况和动作,分析其心率、血压等关键指标,实时显示监测数据,发生意外时自动接入报警系统。

可以看到,从智能单品到智能空间,适老化智能家居产品正加速从概念变为现实。

可以预见,围绕适老家具,行业内还会有更多的动作发生。在需求端和政策端双轮驱动下,家居企业应该主动拥抱变化,快速进入适老家具的新兴蓝海市场。

(家页)

第三届国际进口木材贸易博览会在赣州举办

4月25日,第三届国际进口木材贸易博览会在“中国实木家居之都”江西省赣州市南康区开幕,旨在进一步推进南康对外开放水平,加快南康家具高质量发展,冲刺5000亿现代家居产业集群。

本次博览会以“木聚赣州,港通天下”为主题,展厅面积约2万平方米,展览范围以核心板材类为主,汇集了北美材、欧洲材、东南亚材、俄罗斯材、加拿大材、南美材、非洲材等百余种名贵木材,以及部分加工类、成品家具类产品,吸引了国内外百余家知名木材供应商、贸易商参会“淘宝”。

木材节约发展中心主任刘能文表示,在本次博览会上,主办方借助南康丰富的产业资源、便利的海陆港联动等优势,为全球木材生产商、贸易商、参展商们提供了一个交流借鉴、市场合作、共促发展的舞台,此举将进一步提升我国木材供给质量和水平。

“受疫情影响,我国木材供应链暴露

出原木锯材供应量不足、运力紧张、价格大幅波动等问题,木材供应链产业链韧性亟待增强。”国家林业和草原局林业和草原改革发展司司长刘树人在视频致辞中说,期待“国际进口木材贸易博览会”成为中国以进口木材贸易发展为主的专属唯一平台,形成具有更强创新能力、更高韧性、更安全可靠的木材供应链、产业链体系。

赣州市南康区委书记何善锦说,“国际进口木材贸易博览会”是一次强化信心力量、汇聚行业资源、推动产业高质量发展的盛会。南康将充分运用好木博会成果,加快南康高质量发展,冲刺5000亿元现代家居产业集群,让参展的客商找到新商机,再创新财富。

据了解,中国是世界上最大的木业加工国、贸易国和消费国。目前,我国木业年加工产值超过2万亿元,木材及制品贸易总额达600多亿美元,年商品木材贸易量约2亿立方米,木材消费量



近6亿立方米。

本届博览会由木材节约发展中心、赣州市人民政府、江西省林业局局长、赣州市人民政府、江西省林业局局长共同主办,赣州市南康区人民政府、赣州市林业局、赣州国际陆港管委会承办。

(钟欢艺)

以竹代木 渐成趋势 低价同质 顽疾待解

当前,由于林业改革,原料持续供应压力增大,消费者的环保意识和品牌意识不断增强,叠加新的国家标准的出台,环保性能优异的板材产品的市场竞争优势变得越加明显。

近年来,不少定制企业、人造板企业纷纷推出各种以竹子为原料的板材,尝试从绿色环保角度来换取消费者青睐。

业内人士表示,尽管竹材人造板在技术和产业链方面逐渐成熟,但板材市场长期存在的低价同质化“顽疾”仍待改善,企业迫切需要走出差异化路线。

以竹代木趋势持续加深

一直以来,板材行业呈现出“大行业、小公司”的特点。人造板行业市场规模大,近年来整体需求保持稳定,但行业企业受到运输和销售半径因素制约,普遍规模不大,地方小品牌林立,行业集中度比较低。

2022年12月,中国林产工业协会、林产工业设计院编制的《中国人造板产业发展报告2022》显示,我国人造板产业落后产能淘汰加速,产业结构持续优化。

2022年初,全国保有人造板生产企业1.32万余家,其中大型生产企业及企业集团近190家,合计年生产能力约5700万立方米,占总生产能力的18.1%,年生产能力超过100万立方米的企业集团上升至9家,市场竞争日趋激烈。

然而,面对目前国内木材供应缺口连年加大,以及国内木材对外依赖程度较高,木材供给和价格波动幅度较大等问题,有不少行业专家和学者提出木材代用策略,即用各种人造板代替木材,从而解决国内木材需求问题。

其中,相较秸秆、芦苇等原材料,以竹代木是目前应用最广泛和最受行业青睐的木材代用途径之一。

据了解,我国森林面积覆盖率仅为10%,并且实行限额采伐,木材难以自给自足。而竹子是一种生长速度快、硬度高的可持续材料,国内竹子产量每年可达到1.5亿吨,但其使用量仅有1/3;相较树木动辄20-50年的生长周期,竹子的生长周期较短,一般只有5年左右。

中国竹产业研究人员、博士生导师王戈表示,竹子具有众多天然优势,是公认的环境友好材料,随着材料加工、设计和应用技术的提高,竹质产品在绿色家居领域具有广阔的应用市场,可实现生态保护、经济发展与文化传承三方共赢。

在政策层面,以竹代木也迎来加快发展的契机。去年11月,广东省林业局、广东省发展和改革委员会、广东省科学技术厅等十多个部门联合印发了《关于加快推进广东竹产业创新发展实施意见》(以下简称《意见》),明确要大力推进竹材精深加工、竹纤维精深加工、竹文旅康养一二三产业融合发展,努力把小竹子做成大产业。

《意见》明确,到2035年,全省竹产业综合产值超过1200亿元,竹产业发展规模、质量和效益显著提升,基本建成绿色生态、优质高效、一二三产业融合的现代竹产业体系,主要竹产品进入全国乃至全球价值链中高端,发展成为竹产业强省。

低价同质化竞争痛点仍待解

当前,华洲木业、好莱客、尼莫菲、顶固等多家企业均有推出以竹子为原料的板材。

而新型原材料的运用,也意味着板材可能因为技术不成熟而无法实现大规模生产,或产品性能无法达到最基本使用需要等,从而影响了产品的面市和推广。

在这一过程,企业势必要经历多轮试错。有业内人士指出,目前竹材人造板的生产已经形成一定规模,工艺技术得到不断提升,但仍处于半机械化生产,要形成规模化成熟的生产流水线,企业依旧要面临着不小的挑战。

顶固整家定制营销总经理但成熙表示,目前企业在这方面的技术和工艺日渐成熟。由于竹子含有大量糖分,相较于其他人造板产品,竹板材在生产工艺上多了一个环节:除糖。

一旦这个问题处理不到位,竹板材里面的糖分很容易在日常环境的作用下发酵而散发出难闻的气味,导致成品没有竹子的清香,影响消费者的使用观感。

除此之外,囿于竹子的密度大、硬度高,该类产品对板材切割的机械化程度、压贴工艺等方面提出更高的要求。相应的,竹材人造板的价格也比市面上普通板材的价格明显更高。

值得一提的是,在板材市场需求放缓、原材料价格上涨等行业现状下,部分企业试图通过低价抢占生存空间,包括且不限于在性能宣传、外观设计等方面模仿复制头部产品,以更低价获取短期暴利,产品同质化较为严重。

尼莫菲总经理徐建勇表示,当下的消费者对高品质居住条件的需求促使板材产品需求呈现品质化、高端化趋势。企业想要从低价同质化市场中突围,需开发高端消费市场,积极大力研发创新材料满足差异化需求;推动产品供给向“产品+服务”转变,强化自身竞争的护城河。

但成熙同样认为,在过去很长一段时间里,行业内部分企业的知识产权意识薄弱。

近几年在接触米兰等国际市场上,企业的专利研发意识有了明显的改观。许多企业开始寻求转型升级,更加重视设计研发能力的提升。

不过,他坦言,面对良莠不齐的市场和低价恶性竞争,企业往往只能通过升维自身产品质量和服务水平,以及技术的不断迭代升级,进而提高核心技术和品牌美誉度。

(嘉物)

大道无言 赤子心

——访湖南润天实业有限公司董事长谭春桥



■走近企业家

阳产业也能迎来春天。

为了证明自己的观点,十年来,他带领润天人卧薪尝胆,励精图治,一步步改写着传统建材企业的命运。

创业之初一片萧条,不懂建材的谭春桥日夜夜泡在厂里,学生产、抓质量、强管理、聚人心。

市场风云变幻,他带领润天以创新应变万变:从响应国家号召关停闲置窑到投资粉磨站、收购采石场、做精物流贸易、打造全产业链,再到建设环保型企业、开发绿色新材料……十年来,湖南润天几乎每年一个新变化,每年一个新项目,在产业迭代中加速转型,在风雨洗礼中奔跑前行。

“做企业如逆水行舟,不进则退。不断超越,才能成就卓越。”谭春桥说。

2018年,润天实业总投资1.2亿元,在祁阳梅溪滩建设生产规模500万吨/年砂石骨料生产企业,也是永州市内第一家集绿色环保、自动化控制于一体的现代化砂石骨料生产企业。

2020年,该公司再次投资1000多万元,在全市率先上线新材料项目。虽然投资大、回报率相对较低,但润天实业看准了就果断进军。

正是这样的未雨绸缪、敢为人先,让润天实业一步步领先,实现了从一个破产企业到资产6亿元、年产值8亿元大型企业的华丽蝶变。

如今,站上高峰,回望来路,谭春桥却保持着最初的低调谦逊:“感谢党和国家,感恩时代,感恩每一位帮助过我的贵人、朋友,感恩一起奋斗的润天人,也感恩一路上所有的困难和挑战。没有他们,就没有润天的今天。”

谈经营

“做事先做人。诚信者,天下之结也。”在这个充满机遇与挑战的年代,创业者前赴后继。为何润天实业在十年间脱颖而出?

翻开润天实业企业文化手册,“做受尊敬的企业、做受尊敬的产品、做受尊敬的人”,这句话或许是最好的答案。

谭春桥说,善人者必善之,为人处世受人尊敬,才能汇四海之才,聚八方之势。所以,他把三个受尊敬作为企业的愿景,也作为自己为之奋斗的目标。

十多年来,谭春桥以诚信为立身之本,严以修身,宽以待人,广交朋友,广结善缘。他的人格魅力吸引了不少企业人士加入、支持润天实业——

该公司的老股东、副董事长杨又祥,过去做房地产生意,40多岁时毅然走出舒适圈,跟比他小得多的谭春桥一起拼事业,他说,谭董事长为人实在、有冲劲,跟他做事有信心。

润天新材料公司总经理王乾坤,建材专业科班出身,原在长沙南方建材旗下混泥土企业工作,家也在长沙。在与谭春桥面谈后,果断辞去工作投身润天。他说:老板有激情、有魄力,在润天做事能不断挑战自己,获得更大的成长。

今天,润天的员工队伍已由过去的78人发展到400多人,其中不少高管、合作伙伴都成为了企业的股东。

十年来,在谭春桥的带领下,润天人积极打造受人尊敬的企业,通过标准化、制度化管理和产业升级,把一个传统作坊式企业建设为今天的现代化新型建材企业;匠心打造受人尊敬的产品,将质量作为企业生存之本,所有产品质量、环保要求全面符合或优于行业标准;致力做受人尊敬的人,明大德、守公德,严私德,对党对国家忠诚,以优秀品德赢得人缘和信任,以能力、学识、修养、综合素质、精神面貌赢得尊重。

“诚信者,天下之结也”。今天的润天实业,合作伙伴遍布五湖四海,正以海纳百川、合作共赢的姿态赢得更多同仁的支持和信赖。

话价值

“企业的价值在于对社会的贡献,达则兼济天下。”

对润天实业而言,什么是企业的初心?

谭春桥低头看向胸前熠熠闪光的党徽,坚定回答:“今天的幸福生活是党带领我们奋斗出来的。党的初心和使命是为民族谋复兴,为人民谋幸福,这也是我们的梦想和责任。”

在谭春桥看来,企业价值的多少不仅是创造了多少财富,更重要的是对社会有多大贡献。

所以,他们以党建为引领,把“润三湘大地,擎建建材新天”的企业使命刻在每位员工的心头,植入企业的基因。

所以,十年来他们不间断地做社会公益,资助助教,慰问孤寡老人,向受灾群众伸出援手,即使在创业早期资金捉襟见肘的时候也坚持每年帮扶慰问周边困难群众。

所以,他们努力向“环境友好型企业”转型,旗下水泥公司、混凝土公司等每年投入数百万元购买环保设备、实施技术改造,润天建材公司更是按照环保要求大手笔投入、高标准打造。

所以,在脱贫攻坚战中,他们主动投入,参与“同心工程”,联村结对助力脱贫攻坚;在国家全面推进乡村振兴的号角声中,谭春桥又带头马不停蹄,向投资大回报期长的农业产业进军,计划总投资2.5亿元打造一个集农业、文化、旅游于一体的产业项目,助力乡村振兴……

“穷则独善其身,达则兼济天下”——谭春桥和润天实业以实际行动彰显出一个民营企业、一家民营企业实业兴邦、回报桑梓的赤子之心。

他们的积极作为也得到了政府、行业和本地百姓的广泛认可。润天实业被评为3A级信用企业“优秀企业”,获“湖南省守合同重信用企业、永州市先进民营企业、邵阳市优秀爱心企业”等荣誉称号。董事长谭春桥被当地政府授予“2017-2019年度十佳重教模范”,荣获2019年度全国建材行业优秀企业家称号。

志之所趋,无远弗届,穷山距海,不能限也。

当企业发展翻开新的一页,谭春桥与润天人矢志不渝,不忘初心,奋力奔跑在产业报国的大道上……

(王珊 方波)