

集成烹饪中心:新场景带来家庭厨房新体验

作为居民主要消费品之一，中国家电行业已渐渐进入存量时代。

去年是厨电品牌举步维艰的一年，厨电市场历经大洗牌，消费者越发注重质价比。

在存量时代寻找内驱力,在艰难前行中方才找到了盘活市场的新机会新亮点。

2019年方太率先开创集成烹饪中心赛道,经历4年市场培育,集成烹饪中心已经成为逆势发展新代表,拉动集成厨电增长新引擎。具体来看,集成烹饪中心快速发展,疫情下表现亦远优于行业,成为唯一有三位数同比增长的细分品类。

方太集成烹饪中心成功“出圈”某种程度上反映了，集成已成为整个家电行业的共性趋势。

与此同时，用户的认知、企业的视野和产业的边界均出现一系列深度变革。方太或将在厨电领域开辟全新增长赛道。

集成烹饪中心推动厨电产业变革

当下，集成厨电值得关注的一点，就是集成烹饪中心全新品类的发展迎来了确定性。方太集团智能集成总规划组负责人贾博贤表示，具象到产品层面，形态的迭代和智能化、美学，是比较值

得关注的点。

据了解，集成厨电诞生至今已有20年了，传统集成厨电解决了基础性的用户需求，但往往忽视使用体验。在众多品牌发力集成灶时，方太从惯有思维中跳出，在2019年凭借品类原型开发、技术首创和专利积累等优势，原创发明了集成烹饪中心这一全新品类，这一品类的诞生，可以说完成了集成式厨电迈向高端化的重要一步。

众所周知，传统的烟机都为上排式，一般厨房都只预留了上方烟道口。而集成灶排烟采用侧吸下排结构，这种排烟方式有效节省上方空间，但不符合烟雾上行的自然规律，在安装上也会遇到一些小困扰。

而方太集成烹饪中心,首创的“上排集成”形态,则是对排烟形态的颠覆性变革,其高效排烟效果推动中国厨房迈向开放式体验。此外,它还将烟、灶、蒸、烤等多种烹饪功能集于一身。云腾智驱引擎、温湿双控技术、密簇直喷技术等赋予厨房卓越性能,实现“性能”的全面升级。在智慧联动方面,依托智能生活家系统,可以为用户带来更丰富、更高端的品质生活新体验。



从中国“制造”转向中国“智造”,据贾博贤介绍,方太集成烹饪中心品类凝结了超3700项专利。其中,在去年方太发布了一项被认证为“融合航天技术原理”的最新科研成果,实现了对“空间限制与动力需求”“风量与噪音”“标准产品与复杂用

户环境”的协调平衡。

在方太看来,寸土寸金的城市住宅,迫切需要集成厨电来解决“解放空间”“提升生活品质”的问题。因此“在空间上做减法,功能上做加法”的集成厨电,将受到了越来越多消费者的青睐。

2023年上半年全国投诉受理情况分析报告发布

家装建材消费领域案件复杂、调解难度大

据中国消费者协会（以下简称中消协）消息，2023年上半年，全国消协组织共受理消费者投诉615365件，解决497142件，投诉解决率80.79%，为消费者挽回经济损失59064万元。

今年上半年，全国消协组织受理消费者投诉热点问题主要涉及旅游出行、演出票务、教育培训、食品安全、家装建材等行业和领域。其中，家装建材行业乱象频出，消费纠纷普遍存在案件复杂、调解难度大等特点。

随着家装建材行业蓬勃发展，相关领域消费纠纷也大量增加。家装领域消

费纠纷普遍存在案件复杂、调解难度大等特点。一是装修工期延误，如经营者不按合同约定时间交付家具产品或不按约定时间施工；二是全屋定制家具货不对板，如家具成品的尺寸、款式、颜色与合同约定和设计图不符；三是家装材料以次充好，以普通材料冒充环保材料。如宣称家装材料为“欧标”，但实际并无相关具体标准；四是家具建材卖场以约定或单方声明排除法定责任。如卖场内商家跑路，卖场以消费者未直接与其签订购买合同为由，拒绝承担柜台出租者义务。

《消费者权益保护法》第四十三条规定：“消费者在展销会、租赁柜台购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束或者柜台租赁期满后，也可以向展销会的举办者、柜台的出租者要求赔偿。展销会的举办者、柜台的出租者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。”

中消协指出，家居卖场应加强对卖场内店铺的管理，对于存在撤场风险的商户要及时对消费者作出预警，对于因商户撤场造成的纠纷，卖场应当承担连

带赔付责任，不能简单粗暴地以未使用买卖合同、未“统一收银”等理由作为挡箭牌拒不担责。

中消协建议，消费者在选择装修公司时，要重点关注经营者的资质、质保服务、消费者评价等方面的信息，签订合同时要对装修质量的标准进行明确和量化，重点审查质保条款、违约责任等内容，注意及时留存证据。施工方应当依法诚信经营，将可能产生的增项和预估价格充分告知消费者，树立良好的品牌形象。

（亦声）

房地产缓慢回暖,线上成为家居家装必争之地

8月14日，从2023淘宝天猫家装家居生态大会上了解到，淘宝天猫将在3年内投入10亿元，联合菜鸟加大仓网体系及送装服务能力建设，加码家装家居供应链。

据了解,淘宝天猫宣布将开放AIGC和3D技术,降低商家内容制作成本;同时,3年投入10个亿,加大仓网体系及送装服务能力建设;并将拓宽内容平台、本地生活服务平台、社群、广告四大场域,同时联合服务商、MCN机构,共建直播基地、孵化行业垂直达人等。

截至目前，家装家居品牌大多已在

天猫开设旗舰店，包括宜家、红星美凯龙、居然之家等线下巨头，林氏家居、源氏木语、芝华仕等品牌，以及卡萨驰、简顿等产业带创牌品牌。天猫家装家居新零售合作品牌覆盖357座城市、超过27万家门店，留资300万元，同比增长35%。

来自淘宝天猫最新数据显示,2023年前七个月内,有超32万家装家居的新商家在淘宝天猫开店.有4500个商家成交突破1000万元,成交规模突破1亿的商家数超过180个。OOO、躺岛、等等几木、拓土等一些家居新秀正在出道。

海天集团家装家居总经理恩重表示，从房地产行业来看，国内家装家居行业拥有五万亿元市场，目前还很分散。一方面，整个行业正在穿越周期，国家对房地产及其装修行业给出了非常积极的信号。

与此同时，线上成为家居家

装行业的必争之地。越来越多家居家装企业的线上渠道增速远大于传统渠道。另外，根据前瞻产业研究院数据，我国互联网家装平台活跃用户规模持续增长，预计2025年互联网家装市场规模有望达8880.9亿元。

伴随着房地产需求的变化,消费者也更多希望有个性化、高质量的产品需求。海天集团品牌业务发展中心总裁朱文指出,今年线上消费更加分级化。高收入人群的消费变化较小,对于全屋定制、科技型智能家居商品依然购买强劲。同时,主流人群更关注性价比商品。

值得注意的是,随着线上渠道变得越来越碎片化,家装家居用户可能在电商平台、支付应用、导航地图、内容社区等任意渠道接触到家装广告和门店信息,流量的分散也迫使商家不得不采取多平台投放策略,导致引流成本水涨船高。

钛媒体APP了解到,海天家装家居与高德家装发布战略合作。高德作为拥有千万家装门店、5000万家装用户的最大地理位置服务平台,用地图链接门店和消费者,能为商家提供最高效的数字化经营平台。这也是海天家装家居新零售提供的全域运营的新思路,来解决获客渠道分散化的难题。

实际上,家装家居行业在国内正在受到政策和巨头关注。今年5月,京东也在发力家居品类,宣布正式上线自营装修业务,并联合家装品牌爱空间上线整装新品“魔方”。

今年7月,商务部等13部门《关于促进家居消费若干措施的通知》对外公布,提出11项针对性措施促进家居消费。包括支持企业开展家居产品反向定制、个性化设计和柔性化生产;促进企业加大绿色家居产品研发力度等。

整体来看,家居家装行业目前仍在承压。国家统计局数据显示,2023年7月,家具类零售总额为126亿元,同比增长0.1%,1-7月,家具类零售总额为811亿元,同比增长3.2%。今年7月,建筑及装潢材料类零售总额为122亿元,同比下降11.2%。

海天集团家装家居总经理恩重也指出,家装家居的恢复周期比快消、服饰稍微慢一些,标准品类里面,像家具由负转正增长到3.8%,受地产的影响,建材等装潢材料相对比较低迷一些。

房地产仍在缓慢回暖,居民消费更趋理性,线上正在成为家居家装的一个必争之地。不过,家居家装行业还在穿越周期,也都将持续面临挑战。

（柳大方）

家居企业发力整装,争夺万亿级蓝海市场

随着国内装修市场持续升温,“整装”成为许多消费者的首选。据贝壳研究院测算,中国家装市场规模在2025年将达到4.78万亿元,年均增长率超过6%。如此庞大的市场发展潜力,自然会引来不少企业分食。看好这一蓝海市场的同时,各大品牌家居企业纷纷积极布局整装渠道,希望能抢占先机。

至今年6月份以来,不少知名企业积极布局整装渠道,包括索菲亚、好莱客、金牌橱柜、志邦家居等,简单梳理这些企业的整装布局现状。

索菲亚

近日,未来适整装宣布与索菲亚达成战略合作,双方相互赋能,在给消费者提供一站式整体解决方案的同时,也赋予更专业的产品和服务,实现1+1>2的战略合作效果。

资料显示,未来适品牌由美凯龙新零售集团(美凯龙悦家)投资创立,与美凯龙M+星设计平台高端设计师倾力合作,推出以高定美学整体设计/龙匠精工高标准施工体系为基础的高品质五星级豪华整装产品,为消费者提供集设计、产品、施工为一体的放心整装产品和服务。

在今年6月2—3日,索菲亚召开企业战略私董会暨合作签约仪式,与业之峰装饰、聚通装饰、名雕装饰、唐卡装饰、南鸿装饰等数十家企业签署战略合作协议,并提出保持自身的定位和优势,持续专注专业领域,全力赋能合作伙伴,与签约企业携手,一起为广大消费者提供更具优质的家居体验。

好莱客

8月1日,好莱客与满屋研选于杭州举行战略合作协议签约仪式。据了解,此次联合,双方将共同探索整装新生态,联合打造全新整屋软装2.0旗舰店,并于8月12日盛大开业,还推出了更绿色健康、更轻奢大气、更高性能比的全新iHome产品。

满屋研选,诞生于2016年,作为整屋软装品类的开创者,是杭州2022年第19届亚运会官方整屋软装服务供应商,也是杭州唯一获取政府“准独角兽”认证的家居零售品牌。满屋研选以“家”文化为内核,在设计服务、场景体验、整屋家居解决方案等方面持续发力,为客户提供优质的家装产品和服务。

金牌橱柜

8月4日,金螳螂与金牌橱柜达成

战略合作,进一步发挥双方在渠道、流量、供应链、产品、服务等方面的优势,拓宽产品营销渠道。

本次战略合作协议签署,是双方深化多形式、多维度合作的重要一步。双方表示将以信任为基础,开拓创新,为促进发展,追求进步,积极创新注入能量,有力推动全新的产业生态构建,助推家装家居产业升级迭代。

双方将进一步发挥在渠道、流量、供应链、产品、服务等方面的优势,拓宽产品营销渠道,深化家居与装企的对接合作,共拓家居家装市场,合力推进企业与行业的加速发展。

志邦家居

7月20日,志邦家居与统帅装饰近日签署战略合作协议。统帅装饰董事长杨海表示,家装产业中,消费者的用户体验尤为重要,“产品+设计+生产+服务”各环节缺一不可。在过去5年的接触中,感受到志邦家居做事踏实、细致,今后合作,双方将发挥最大领域优势,共同挖掘、解决用户需求点,形成行业有口皆碑。

此次,统帅装饰与志邦家居的携手,双方将不断优化产品架构,优化装

修全流程服务,为室内装饰行业树立品质化发展新标杆,以服务用户为核心,成就客户价值,为客户打造安心、放心、舒心的家。

从上述品牌动向看,整装渠道已成为当前家居企业竞相布局的热点。龙头老大索菲亚签下战略合作,其他企业紧跟其后,可见整装渠道的吸引力。

在装修市场持续扩大的背景下,整装需求旺盛,这让许多品牌看到新的增长机会。通过与装企合作,不仅可以打开新的销售渠道,还可以提供更完善的整装解决方案,让品牌实现商业模式创新。当然,整装渠道也充满挑战,品牌需要考量自身定位,与合作方实现真正的互补共赢;同时,也要注意产品力和设计力不能被稀释。只有提供具有差异化的产品与服务,才能在激烈竞争中脱颖而出。

展望未来,整装渠道仍大有可为,它也将促使品牌不断提质增效、实现深度融合。所以,谁能在整装渠道搭建优秀的生态圈,很大程度上就能加速领跑这个万亿市场。相信接下来,会有更多创新整装模式的出现,让我们拭目以待。（搜狐）

厨电行业刮起集成化风潮

美国芝加哥大学进化生物学家范瓦伦提出的“红皇后假说”,恰如其分地描绘了自然界中激烈的生存竞争法则:自然选择只导致生物当前的适应,进化功能则是潜在的适应、追赶、超越能力。

作为烹饪功能的核心载体,厨房电器也见证着厨房属性的变迁。大家厨房的装修各不相同,但集成式厨电产品的选择倾向有迹可循。尤其是近几年,集成灶、集成烹饪中心的新品频出,恰到好处的在节省空间与满足使用需求之间找到了平衡。与此同时,厨电产品也变得更加美观、智能,助力厨房空间的升级。

在知乎联合中国家电网发布的《新职人的厨房科技力一览》中指出,智能、嵌入、集成一体化厨房空间,可以满足人们对于厨房的一切想象。

此外,《中国厨房高品质生活趋势报告——六大厨房趋势成就高品质生活》,提出了健康化、环保化、社交化、智能化、美学化、套系化六大趋势。调查显示,超五成消费者认为有必要打造开放式厨房,近四成青年表示在装修时主动对厨房进行增项或改造。集成厨电满足了社交化、智能化、美学化等用户的多层次需求,也是行业发展的的大势所趋。贾博贤表示,在这一趋势中,集成烹饪中心这一全新品类的出现,是其中最大的亮点之一。

拉远视角关注行业变化,可以发现,近两年,集成烹饪中心、集成洗碗机保持爆发增长的势头,为集成厨电注入新鲜活力。据奥维云网监测数据显示,2023年上半年集成烹饪中心一灶蒸烤部分线上市场零售额同比增长286.4%,线下市场同比增长87.8%;集成洗碗机线上市场零售额同比增长42.0%,线下市场同比增长43.5%。

集成烹饪中心从1到1+N的品牌参与,且客单价保持高位,奥维云网预测,该

品类未来仍将持续火爆。就日前来看,集成烹饪中心、集成洗碗机体量较小,属于产业的发展分支,但未来有望成为独立产业共同支撑起厨卫电器的新繁荣。

可以说,方太集成烹饪中心的面就是对集成烹饪场景的创新重构,结合消费者对厨房升级需求与安装使用痛点,进一步推动了人居体验的高级进化。

对集成烹饪中心的不断探索也为方太带来了不错的市场反馈,据悉,在集成烹饪中心推出四年来,方太集成烹饪中心已经走进百万家庭,被称为“下一个十年中国厨房新中心”。值得一提的是,在AWE2023上,方太集成烹饪中心升级为“全新智慧烹饪解决方案”,带领厨电行业再上新台阶。

作为高端厨电专家与领导者,方太长期致力于为人们提供高品质的产品和服务,打造健康环保有品位有文化的生活方式,让千万家庭享受更加幸福安心的生活。27年来,方太始终站在创新科技的“无尽前沿”,围绕“空气、水、烹饪”三大核心科技,突破厨电“无人区”。

通过与高校、科研院所合作,方太持续将基础科学发现转化厨电创新的源动力,首创近吸式吸油烟机、水槽洗碗机、集成烹饪中心等划时代厨电品类。目前,方太已经拥有超1万件国内授权专利、超2600件发明专利,掌握厨电行业最大专利池。作为全国吸油烟机标准化工作组组长单位,方太主导承担“十一五”“十三五”国家重点科研项目,参与修/制定国内外标准超130项,持续不断以创新科技,引领高端厨电发展的未来。

厨电产品是消费者享受各式美食的前提与保障。贾博贤表示,未来,方太将不断推陈出新,完善产品矩阵,通过更智能、更便捷、更美观的厨电产品助力消费者打开烹饪想象空间,探索赏味人生。

（马馨怡）

乡村振兴背景下模块化建筑的焕新发展

□ 稽 洁

近年来,人们对休闲生活方式的需求呈现出更加多样化的发展趋势,文旅热潮的掀起不仅是乡村振兴战略的导向性结果之一,也是当下社会环境中人们实现自我休闲生活诉求的途径。目前,诸多乡村振兴项目通过乡旅商融合策略来达到唤醒乡村活力、实现乡村空间可持续发展以及促进乡村产业联动升级的目的。

2011年,我国首次提出了生态保护红线的概念,生态环境保护问题无疑是国家的重点政策之一。2022年,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《乡村建设行动实施方案》文件中对于乡村建设明确了必须严守耕地红线的要求,严禁“大拆大建”搞建设,减少了传统乡村文旅地产开发项目,转向新型轻量化建设投入。因此乡村振兴发展中对于用地的重视是模块化建筑的发展契机。

模块化建筑形式符合轻量化、绿色化、可持续化的建设需求以及高效型、技术型、创新型、智慧型的建筑发展目标。乡旅商融合背景下,乡村增改建设发展中模块化建筑承担着重要的角色,也拓展了模块化建筑的应用领域。

绿色节能、可移动、可预制、高周转、可重复利用的模块化建筑可以比肩传统建造方式,又在一定程度上优于传统建造方式,实现从“制造”到“智造”的跨越。持续关注乡旅商融合背景下乡村振兴发展中乡村改造及新建板块的建设需求,主要涉及乡村文旅产业中特色民宿等住宿功能,以及乡村增量建设中特色商业等相关功能。模块化建筑除了满足不同规模不同功能的建筑空间外,还能提供多风格的建筑表现形式,更好地融入乡村空间,形成乡村特色。

模块化建筑主要采用干法施工工艺,材料的选取和应用主要是便于装配的快装材料,较于传统湿法施工工艺,运用装配式材料的模块化建筑在建造工期、装配拆卸率、循环利用、节能环保等诸多方面都有明显优势,能够满足乡村文旅市场发展变化所带来的建设需求以及低投入高产出的运营目标。因此,各类装配式建筑材料为模块化建筑在乡村振兴建设中的拓展运用提供了较大的可能性和适应性。

在模块化建筑的建造过程中,通常采用钢构、木构为主体材料,材料本身具有节能环保、再利用等优点,通过创新技术和智能化的制造流程,形成一套成熟完整的新型钢构、木构集成的建筑技术体系。智造技术中强调了主体结构材料构件断面的标准化,利用少规格断面的型材实现多部件组合、多空间组合的可能性,让每个结构模块具有一定设计依据,是理性、可预测、可量化的。整套集成技术体系满足建筑主体多频次拆装的需求,极大程度地提高了建筑重复利用率。

模块化建筑室内外装饰材料选择主要取决于建筑风格的呈现形式以及材料的使用性能。乡村建筑对风格的需求是多种多样的,从现代轻奢风到传统地域风,从未来科幻风到野奢风。随着装修材料表现效果的市场需求变化,相应的各类快装材料层出不穷,选择性更多。同时,材料性能也是模块化建筑重要的考虑因素,涉及防火、防水、耐久、耐磨、防污等方面。

目前模块化建筑室外装修材料大多运用金属单板、铝塑板、铝波纹板、石塑(PVC)板材、PU文化砖、玻璃等;室内装修材料主要为竹木纤维板、木饰面、木塑或石塑板材、碳晶板、各类造型护墙板、铝扣板、蜂窝板、复合地板等。上述具有快装性能的室内外装修材料都具有统一常用的规格尺寸以及便捷的安装方式,在模块化建筑中能实现材料的快速替换和装配施工,节约了经济、人工及时间成本。

模块化建筑技术的实现离不开对材料的正确运用,新型材料的研发进程与模块化建筑技术的发展相辅相成。智能建造时代的到来,让乡村振兴建设充满无限可能性的同时,也让我们的生活空间朝着更加绿色健康的方向发展。

（作者单位：上海互集建筑科技有限公司）

