人民日报海外版
2022年11月11日 星期五
责编：韩维正 邮箱：hwzh007007@sohu.com

技术迭代，体验升级——

洗碗机走入更多中国家庭

徐嘉伟

“现在想来，买洗碗机是一个明智之举。”家住北京市朝阳区的90后小何向记者表示，曾经一次次饭后的锅碗瓢盆是他和妻子两人都不想面对的麻烦。现在有了洗碗机，每天不必再纠结“谁洗碗”，两个人可以有更多时间做他们喜欢的事情。

如今，洗碗机这个家电“新面孔”，正越来越多地进入中国家庭。据家电零售研究机构中怡康测算，2021年国内洗碗机零售量达到236万台，零售额首次突破百亿元大关。而这一高速增长的市场中，也活跃着越来越多国产品牌的身影。那么，国产品牌为何能够奋起直追？还面临哪些机遇和挑战？

消费者在商场选购国产洗碗机。 徐嘉伟摄

干净省力，解决用户痛点

尽管上世纪80年代就有中国企业开始生产和销售洗碗机，但国产洗碗机在国内家电市场一直不温不火，普及率与市场占有率都不高。

第三方数据公司奥维云网数据显示，2015年西门子品牌洗碗机线上零售份额占比达到69.6%，可谓“一家独大”，而到2021年，这一数据降为27.1%。美的、海尔、方太、老板等国产品牌线上销售份额分别达到24.4%、10.3%、7.7%、5.2%，中国洗碗机市场进入“多强并立”时代。

在激烈的市场竞争下，起步相对较晚的国产洗碗机如何成为众多消费者的新选择？

“我是一名科技行业从业者，对产品指标比较关注。在网上对比了一下，看中的几款国产洗碗机在清洁指数、干燥指数等水效指标上不仅高于国家标准，在与一些海外品牌产品对比时也有一定优势，而且耗水量、耗电量也不大。”95后算法工程师小周说。

年长一些的消费者更注重实用。在北京市海淀区一家商场的家电区，正在选购洗碗机的左女士介绍了自己的心路历程：“准备给家里添置一台洗碗机，海外品牌、国产品牌，前前后后看了好几家，也实际体验了一下，最终还是觉得在功能相近的产品中，国产品牌的性价比更高。”

购买洗碗机，“洗得干净”是关键因素。

“很多年前我家买过一台洗碗机，但经常洗不干净，有时餐具底部还是会有油污残留。”去年刚装修完新房的85后李先生向记者表示，清洁能力一般导致家里洗碗机的使用频率越来越低。

说到底，洗碗机最基础的功能是洗碗，衡量一款洗碗机的好坏，干净程度是最基本的标尺。

业内人士指出，中餐制作过程中常用煎、炒、炸等烹饪方式，且中式餐具碗口较深，餐具油污残留较多，普通喷淋水洗难以做到无死角的有效清洁。近年来，国产品牌瞄准中国消费者需求，不断提升产品竞争力。

“餐具摞在一起收拾，餐具反面同样会有油污，单向喷淋水流难以兼顾。”海尔洗碗机中国区企划总经理肖磊说，“为此，海尔研发了双向喷淋集成喷淋臂专利技术，洗涤时，每层餐具都被上、下两层水流冲洗，餐具正面和反面得到全面冲刷，两面洗得一样干净。”

“方太洗碗机的产品迭代以清洗技术的突破精进为节点，截至目前，方太清洗技术已从超声波、超微气泡发展到了高能气泡洗。”方太集团洗碗机产品相关负责人向记者介绍，通过与中国科学院力学研究所的深度合作，方太今年推出了全新一代洗碗技术高能气泡洗，“实验数据显示，高能气泡洗的冲蚀深度比普通喷淋提高近2倍。”

“平时会做一些油炸、红烧的‘硬菜’，也会烤些蛋糕、点心，餐具上面糊、油渍很多，手洗要刷很久，而且很费力。”李先生喜欢下厨，他告诉记者：“购买之前看了很多清洗能力方面的测评，最终选的这台国产洗碗机还是能让我放心的。”

9月25日，设计年产能100万台的重庆海尔洗碗机互联工厂正式投产。依托5G、工业互联网等先进技术，实现生产过程的数字化和智能化。图为工人正在互联工厂车间作业。 新华社记者 王全超摄

方太洗碗机工厂嵌洗生产线。 受访企业供图

多型产品，瞄准不同场景

“虽然我现在是租房子住，房子面积也不大，但我还是购买了一台海尔的小海贝系列台式洗碗机。台式洗碗机能轻松应对2到3人份的餐具，体积只比微波炉稍大一点，安装拆卸也不麻烦。”在电子领域工作的95后小杨说。

坐拥“主场之利”，国产品牌对本土需求的嗅觉更加敏锐，在适用西式大户型的洗碗机品类之外，还为小户型消费者提供了多种选择。

“家里厨房空间小，只有水槽边有一个小角落，但又想买台洗碗机减轻家务负担，于是来家居城看看有没有体积稍小一点的洗碗机。”正在北京居然之家丽泽店选购洗碗机的王大爷说，超薄洗碗机应该能适配家里的需求。

“今年，海尔推出新一代超薄亚式洗碗机，在宽度和深度仅为447mm和505mm的设计基础上，将容量提升23%，上、下两层搁架都能容纳较大尺寸餐具。”肖磊说，海尔的超薄亚式洗碗机和台式洗碗机都有着不错的销量基础和用户口碑。

水槽洗碗机来自方太的创意。“方太走访了分布于25个城市的1000多个家庭，历经5年探索，在274次专案研讨会、超150张设计图纸的基础上，克服诸多行业难题，发明了集水槽、洗碗机、果蔬净化机为一体的三合一水槽洗碗机。”方太集团洗碗机产品相关负责人介绍，整款产品最终凝结了方太研发团队多达百余项专利技术。

据悉，水槽洗碗机出现之后，迅速获得消费者认可，截至2021年，方太洗碗机系列产品总销量已达百万级。“后期加装时橱柜改动量较小”“能洗大虾、螃蟹和蔬菜”“取放不弯腰”也成为消费者的选购理由。

集成式洗碗机则一站式配齐水槽、洗碗机、储物柜、净水器和垃圾处理器等模块，既保证了洗碗机的体积与容量，又有效节省橱柜空间。北京居然之家丽泽店的一名导购员向记者介绍，依托多功能集合优势，集成式洗碗机的受关注度越来越高。

美的集团洗碗机相关负责人表示，美的在集成洗碗机差异化形态中已持续耕耘多年，近3年连续实现100%复合增长，力争重新定义厨房空间，打造新的行业标杆。

中怡康数据显示，集成式产品销量增长迅速，今年上半年零售量同比增速为72.7%，线下市场增速更是高达104%。奥维云网相关研究报告认为，随着洗碗机精装配套率的飞速提升，净水及处理器的组合有望成为标配。

快速迭代，集齐更多技能

从最初的“水土不服”到成为越来越多家庭的“厨房新三大件”之一，洗碗机承担的已不仅仅是“洗干净”这一项功能。目前，中国洗碗机用户的关注点正从“能否洗净”“是否节能”向多功能化、健康化、智能化等转变，国产洗碗机也顺势而为，通过本土化创新，努力集齐更多“技能点”，围绕提升用户体验下功夫。

对美的洗碗机团队来说，2015年在深圳的一次入户回访给他们留下了深刻印象。当时市面上主流的烘干方式是冷凝烘干，但一位用户告诉他们：“如果一开门就看到冷冰冰的水渍，我们不会觉得洗碗机能够洗净餐具。中国人肯定希望打开门就能拿到热乎的、干燥的餐具。”

这句话深深印在了美的工程师的脑海里，回访后，美的研发团队召开多次会议、组织多次技术攻关，“热风烘干”技术应运而生。到今年8月，美的已经推出了第四代热风产品，进风风量提升57%，排风风量提升110%，加热功率提升33%，整体洗烘时间缩短40%，实现洗净即干，解决了用户“洗涤时间过长”的痛点。

另一种更优的餐具烘干方式是智能开门速干。曾经，智能开门速干还只是被国外洗碗机高奢品牌所采用，相关产品单价较高。现在，海尔正将智能开门速干技术应用于更多价位的产品之上。“相比传统的干燥方式，智能开门速干的烘干速度提升2倍，节电20%以上，更加高效节能。”肖磊说。

随着用户健康意识的不断提高，“洗消结合”逐渐成为影响洗碗机购买决策的一个重要因素。“家里原来用的旧消毒柜坏了，正好了解到市面上大部分国产洗碗机除菌率都达到了99.99%，就直接换了带消毒功能的洗碗机。这款产品不仅能在清洗过程中消毒，清洗后也能单独开启消毒功能，使用更安心了。”一位淘宝买家说。此外，结合定时新风循环以及相关消毒技术，大部分国产洗碗机产品可实现24-72小时甚至更长时间的长效储存，如此一来，洗碗机就既是消毒柜，同时也是储碗柜，实现了功能整合、空间节约。

“物联网时代，家电的智能程度是我选购的另一个重要标准。最后我选了一台内置了华为HarmonyOS系统的美的洗碗机，手机触碰即可实现快速配网、遥控操作等功能。把碗盘放进洗碗机后，回到沙发上边看电视边用手机来遥控操作，选择想要的清洗模式，整套流程更加便捷，而且还能监测每次洗碗的用水、用电量。”小周说。

洗碗机已是时下话题度最高的大家电之一。不过，相较于发达国家约70%的普及率，中国家庭洗碗机渗透率仅在2%-3%之间，潜在市场增量可观。

不少消费者在接受采访时提出了国产洗碗机的进一步优化空间——“搁架可根据中式餐具、锅具的尺寸、造型进行改造设计，降低用户摆放餐具的时间成本”“是否可针对中式锅具开发更加友好的洗涤模式”“有时候洗碗机底部会有水渍残留，导致异味产生，这就会让餐具保存效果大打折扣”……

专家认为，面对广阔的发展空间，国产洗碗机需从产品竞争力、营销推广度和用户教育等方面入手，乘势而上，发挥创新优势，进一步提升用户体验，提升市场占有率。

造出更“懂”中国消费者的洗碗机

汪文正

随着居民收入水平和对美好生活的需求不断提升，洗碗机逐渐成为不少中国消费者所熟悉的家电产品。在市场竞争和行业发展中，一批自主洗碗机品牌开始受到消费者欢迎，成为中国洗碗机产、销、研迈向更高水平的“领头羊”。

洗碗机呼应了消费者的品质生活追求。一方面，洗碗机能够减轻家务劳动强度，将居民从家政琐事中进一步解放出来；另一方面，洗碗机的杀菌、抑菌、消毒等功能也在一定程度上满足了家庭卫生和防疫需要，其健康属性日益成为消费者关注的热点。围绕“洗、烘、消、存”四大功能，洗碗机智能化、自动化水平逐步提高，明显提升了消费者生活品质。

洗碗机为自主品牌提供了广阔市场。洗碗机是家电领域中较晚进入中国市场的舶来品。过去一个时期，中国消费者对洗碗机的消费使用习惯培育进度相对滞后，许多消费者“不愿用、不会用、认为不必用”洗碗机。随着洗碗机产品功能不断优化，节能节水性能持续提升，洗碗机逐渐赢得了中国消费者的信任和喜爱，在不同城市和各类家庭中的渗透率不断提升，中国洗碗机市场已成为国内外家电企业竞逐的又一片蓝海。

洗碗机为家电行业发展创造了机遇。洗碗机虽不大，但功能远非洗碗一项，而是融合了小型洗涤机、烘干机、消毒柜、恒温储藏柜等多种产品，其设计、制造、应用凝聚了白色家电行业多年来的发展成果。随着中国居民消费能力不断提升、家电消费市场走向成熟，洗碗机市场消费需求将得到进一步释放，并带动国内家电行业特别是洗碗机相关产品的生产、销售、研发水平提升，从而加快融入国际家电产业链、供应链、价值链。

未来，中国洗碗机品牌应进一步从供给侧发力，为消费者提供功能更全面、技术更成熟、使用场景更丰富的产品。

国产洗碗机要更适应中式厨房的需要。中国美食文化博大精深，中式厨房烹饪手法独具特色，相应的洗碗需求也有其特点。中式厨具餐具的洗涤、消毒、烘干、存储，中餐厨余垃圾的清洁、处理，都是中国洗碗机产品升级应当考虑到的功能需求。例如，可以开发能够洗涤海鲜、果蔬等中餐常见食材的洗碗机，能洗各类锅具的洗碗机，能处理勾芡、锅巴、骨渣、茶叶等厨余垃圾的洗碗机等。

国产洗碗机要更适应中国消费者的需求。洗碗机的迭代升级，应聚焦容量、噪声、洗涤效果、洗涤时间、耗水耗电量等关键指标，充分迎合中国消费者年节聚餐、大家庭合餐、少食多餐等使用场景和节约水电、防鼠防虫、耐高温高湿、偏好物理消毒办法等多元需求。同时，随着经济社会快速发展和人们生活节奏加快，中国洗碗机品牌应为大城市白领、一线劳动者、独居者、老年人等群体开发有针对性、需求导向的智能化产品。

国产洗碗机要更适应中国市场的特点。不少中国消费者对于外观小巧、使用轻便、功能集成度高的家电产品青睐有加，这类小家电也受到了市场欢迎。洗碗机行业应坚持把握市场发展的最新动向，立足对用户的精准画像，及时响应市场需求，对国内外同类产品的优势博采众长，不断推动产品更新换代和相关技术进步。此外，中国洗碗机品牌应提升营销水平，抓住行业发展调整机遇，不断开拓国内市场并适时向海外市场进军。

品牌论