

## 家电协会发布标准 助力美健产品发展

本报记者 丁军杰

11月20日,“中国家用电器协会电动牙刷、卷/直发器标准发布会”在北京举行,正式发布两项团体标准,即《电动牙刷》标准和《卷/直发器》标准,以推进行业更好发展。

据了解,在当前消费升级的大背景下,虽然国内美健(个护)电器市场近几年迎来高速增长,但美健(个护)电器行业当前却面临着不少问题。在产品种类大为丰富的同时,各种技术概念层出不穷,企业故意夸大宣传产品性能现象时有发生,而部分产品却面临着标准缺失或落后的窘状,加上消费者认知不足,产品体验不佳,行业发展受到不利影响。

中国家用电器协会理事长姜风表示,希望通过标准的制定,为企业的产品研发设计和质量管控能力提升提供参考依据,同时提升产品安全度和消费者使用体验,让消费者更明白、放心地进行消费,进而推动电动牙刷和卷/直发器市场和行业健康有序地发展。

对于电动牙刷行业来说,此次电动牙刷标准的发布打破了电动牙刷行业一直无标准的窘状,是全球首份由机构组织制定完成的电动牙刷产品性能标准,属于行业首创。

电动牙刷标准由家用电器协会美健(个护)电器专业委员会牵头,海尔信息科技(深圳)有限公司为主起草单位,起草组由25家企业和单位组成,标准起草制定的整个过程中,聚集了包括行业协会、国内外一线品牌和生产企业、关键零部件供应商和科研院所等各方面代表力量。

据中国家用电器协会行业研究员司明华的行业分析报告,电动牙刷行业近两年都保持了快速增长。2018年零售额规模为48亿,增长50%;2019年上半年零售额31亿元,增长52%。电动牙刷市场高增长势头让越来越多的企业看到了“掘进”机会。来自京东商城的数据显示,截止到2019年10月,线上电动牙刷品牌数量有500个。

品牌众多也造成市场上在售的电动牙刷产品数量众多,产品价格差异悬殊,这导致消费者很难对产品的分类、功能性能以及使用效果有清晰的认知。标准的发布将促进产品结构的调整和优化升级。

“此次发布的另一标准——卷/直发器标准,将明显提高行业的进入门槛,更加适用于当下卷/直发器行业的发展现状。”据介绍,卷/直发器标准起草组由京东、中国家用电器协会、浙江月立电器有限公司等15家单位组成。

有分析报告显示,2018年卷/直发器行业的规模约为25亿元,增长约60%。2019年上半年零售额17亿元,增长约56%。截止到10月,京东平台的卷/直发器企业数量大概163家。

卷/直发器市场发展非常迅速,行业新进入的品牌数量和产品种类日益增多,产品技术迭代十分快速,但一些企业在缺乏一定技术和品质保证情况下生产的产品也出现了一些问题,如使用过程中的加热效率低、电绝缘性差、肌肤烫伤、头发烧焦等。落后与进步并存的行业现状亟须新的标准对行业进行约束和规范。

卷/直发器标准对相关产品术语进行了定义,对产品进行了分类,并对10个产品相关性能要求进行了约束,给出了统一的测试方法。与旧标准相比,新标准对温度性能、开合性能等6个维度给出了约束,从安全方面对电磁干扰进行了量化要求,填补了标准空白。

## 阿克苏搭乘“开放快车”

本报记者 吴锋思 通讯员 韩 荣

初冬时节,走进新疆阿克苏恒通果汁有限公司,园区内一派热闹景象。几辆叉车穿梭在园区内,将成桶的浓缩苹果汁整齐地堆放在厂房内等待装运。

据了解,这已是该公司今年来第三次计划搭乘和田一喀什—乌鲁木齐集拼集运货运班列前往乌鲁木齐。该班列抵达乌鲁木齐西站后将集拼到中欧班列,进而发往中亚、西亚和欧洲等国家。“今年9月份以来,我们厂区一直在加紧生产。目前已经通过阿克苏海关,搭乘南疆集拼集运货运班列出口浓缩苹果汁6000吨。”阿克苏恒通果汁有限公司总经理李巨东说。

近年来,阿克苏地区高度重视对外向型经济发展,不断优化外贸产业结构,加快转变外贸增长方式,确定实施了一系列开放战略。

“阿克苏地区农产品种类丰富且质量上乘,我们根据这一资源优势加快推进上规模、效益好的果蔬、养殖等农副产品出口基地建设,大力支持农产品出口。”阿克苏地区商务局外贸科负责人卡哈尔江·库尔班说。

作为阿克苏地区重点招商引资企业,阿克苏恒通果汁有限公司看准了当地的政策支持和优惠补贴。李巨东告诉记者,搭乘南疆集拼集运货运班列出口浓缩苹果汁,从阿克苏站到乌鲁木齐西站运费可以实现全免,之后货物由乌鲁木齐直接运到俄罗斯或西欧。

为进一步加大对对外开放的深度和广度,阿克苏地区还积极承接内地产业转移,实施了发展纺织服装产业的战略。新疆锦丽源服装有限公司作为一家内地企业,同样看准了该地作为棉花主产区的优势。

截至目前,该地备案登记的外贸企业有400余家,其中纺织类企业106家。为了进一步调动企业发展外向型经济的积极性,帮助外贸企业更好更快地实现出口。今年,阿克苏纺织工业城(开发区)出口监管仓库、保税仓库项目也建成使用,实现了地区出口货物“就地申报、就地检验、就地放行”。

新疆阿克苏纺织工业城副主任林继忠告诉记者,在2019年以前,阿克苏出口货物需要用普通货运车辆将货物运至喀什或是霍尔果斯口岸就近的海关监管场所进行报关,在口岸交货。“今年阿克苏海关成立之后,地区所有的外贸进出口企业基本都可以实现本地报关,原来要等两个多月的事情现在只需要七天。”

记者了解到,今年1月至10月,阿克苏地区完成外贸进出口总额达2.85亿美元,同比增长17.9%。其中,出口2.65亿美元,同比增长10%,进口2069.5万美元,同比增长14倍。随着阿克苏出口监管仓库、保税仓库的建成使用,为本地外贸企业缩短出口退税时间,加快企业资金流转将起到关键作用。

## 诚信道德讲堂走进施工一线

本报讯(记者刘静 通讯员卞森)11月15日,“中国中铁诚信道德讲堂·中铁北京局道德讲堂合肥片区巡讲”在合肥高新区中加学校报告厅开讲,同时,另设有视频直播平台进行直播。活动中,全国优秀共产党员、劳模代表相继走上讲堂,与企业员工分享先进事迹。据了解,2019年以来,中铁北京局大力实施以“文化”为主题的“道德讲堂”建设工程,自4月29日在机关开展第一期“道德讲堂”劳模精神讲堂后,迅速组建1个“爱岗敬业巡回讲堂”,在连徐铁路项目、郑州、贵阳、长春以及杭州地区等地进行演讲。同时,各子公司、直属项目部普遍建立“身边讲堂”,覆盖在建的300余个项目部,道德讲堂已成为中铁北京局传递企业正能量、提升员工道德素养的新阵地。

在淘宝输入失眠、助眠、睡眠神器等类似关键词,琳琅满目的助眠类商品纷纷跳出来,让消费者挑花了眼。

口服的有“Sleepwell”睡眠软糖、“Dreamwater”睡眼水、睡眼冲剂、睡眼片、睡眼糖浆还有安神补脑液。

外用的可谓是从头到脚,全副武装:蒸汽眼罩、耳塞、睡眠枕、睡眠膏、睡眠手环、助眠香薰、泡脚盆,

智能化的助眠产品也受到了讲究“朋克养生”的当代青年的关注与青睐。一款标价1499元的电子睡眠仪,其原理来自非药物调理的经颅微电流刺激疗法。

手机APP商店上评价最高的蜗牛睡眠APP,则借助社区电商作为其变现模式,通过分享梦话记录等互动行为聚集了一批忠实用户,形成社交效应,继而将用户转化为付费者。

睡眠市场高需求下催生的助眠经济,可谓潜力无限。

## 行业纵横

# 质量提升 价格却降了30% 羊绒如何走出降价阴影?

本报记者 黄仕强

自11月中旬以来,曾经的“火炉”重庆,被冷空气降了温。这对于从事羊绒生意的商户来说,本是一件喜事,然而,事实却是:今年的羊绒市场与冬季的气温一样凉。

公开数据显示,价格一向高昂的羊绒制品,今年却遇冷了——价格降了大概10%~30%,内蒙古羊绒厂商订单减三成。业内人士表示,羊绒价格整体呈现“优质难优价”,除了受大的贸易环境影响,还有如今国内羊绒市场竞争的加剧,也对其造成了冲击。

### “软黄金”卖不了好价

“今年的生意不好做啊。”日前,西南羊绒批发市场的廖女士看着冷清的店铺慨叹道。

廖女士是西南羊绒批发市场的商户,其店铺主要经营羊绒衫、羊绒毛衣、羊绒开衫等羊绒制品的批发和零售。她告诉记者,入冬以来,她就发现今年羊绒市场迟迟未升温,而自己也早做好了降价的准备,但就算进行了大幅度的降价,销售额依然比往年降低了不少。“往年这个时期自己一天可以批发和售卖近千件羊绒制品,今年一天最多批发和售卖三百件。”廖女士说。

记者发现,走进羊绒批发市场,一排排的商铺都贴着降价或打折的标识,许多羊绒衫、羊绒大衣、羊绒开衫等羊绒制品一改往日“高贵姿态”而成了平价货。

在西南羊绒批发市场开店15年的高先生感叹今年的订单都靠“吃老本”,100多单订单基本都是老顾客。生意难做,高先生也感觉束手无策,看着堆积在仓库里的羊绒衫只能着急上火。

高先生说,今年区县的商铺只向他订了一批货还不到500件,往年重庆的很多区县商铺都会在他这里定个两三批的羊绒制品,有近3000件。

记者发现,今年羊绒市场的冷清情况让众多商家猝不及防。不少商铺旧的羊绒制品还未销售出去,新一批货又到来,造成了产品大量积压,同时,羊绒制品的整体价格也持续走低。

据鄂尔多斯市农牧局的统计数据显示,今年羊绒价格为200元/公斤,而去年同期价格为



商场里摆放的在售羊绒围巾。

东方IC 供图

300~320元/公斤,同比下降30%左右。另有统计显示,今年七月,我国羊绒市场瓜子绒和卷子绒价格分别为68万元/吨和65万元/吨,同比去年降低10.5%和10.9%。对此,不少牧民表示,尽管今年平均每只羊比去年多产了1~2两羊绒,但产量多了,价格却卖不上去,并且今年的羊肉价格又很高,他们卖羊赚到了钱。羊绒易储藏,如今价格低于心理价位,很多也就不急于卖羊绒变卖了。

### 羊绒市场赛道变窄

“现在做羊绒生意的人越来越多,整个实体市场已经严重饱和。”重庆西南羊绒批发市场的商户很多都对现在的羊绒市场不太看好。

有商户坦言,来此购买羊绒制品的新客源主要是靠老顾客的推荐和介绍。在他们看来,除了市场饱和外,“年轻的不愿意来,老年人又嫌贵”也是让商铺陷入尴尬局面的因素之一,同时,其他类型的保暖产品层出不穷加剧了保暖市场的角逐,让羊绒市场的赛道更加狭窄拥挤。

例如,今年羽绒服在各类冬衣产品中脱颖而出,成为了各类商铺和消费者的宠儿。家住重庆渝北区的石清说,“羊绒衫一件上千,都可以买羽绒服了。而且一个毛衫,还得干洗,清洗费也贵。”在石清看来,羊绒大衣就是奢侈品,普通家庭没必要多买,而羽绒服就不一样,实用性更强,价格也亲民。

“虽然羊绒产量提高了,但是整个市场的供应却减少了。”从事羊绒制品生意近20年的李晓辉坦言,他曾到内蒙古等地收购羊绒,发现羊绒价格走低,让牧民有了惜售思想,就金不得卖,比如,羊绒去年卖300元/公斤,现在就卖成250元/公斤了,就想等待观望一下,一共2000多吨产量就有200到300吨积压在农民手里。

李晓辉透露,羊绒是统称,农区、牧区生产的都是羊绒,但是出栏以后商家来收羊绒,由于没有明显的区别,价格也就拉不开,有些牧民挂羊绒牌子,粗的羊绒可能比其它品牌细的卖得还贵。

有业界人士分析称,羊绒市场赛道变窄的原因是多方面的,其中,羊绒价格整体呈现“优质难

优价”,除了受大的贸易环境影响外,中国经济增长进入调整阶段也对羊绒市场造成一定影响。羊绒制品作为轻奢产品,具有较高需求收入弹性,受经济增长影响明显,消费者对“软黄金”也转变了看法。

### 羊绒制品“钱途”在哪

“尽管当前羊绒市场价格走低,但羊绒制品仍有‘钱途’。”在重庆一大型商场销售某品牌羊绒制品的负责人刘波认为,羊绒制品最大的功效是御寒,保暖功效远超其它材质的御寒产品,商品受市场环境影响有涨有跌也属于正常现象,不用过度担忧。

刘波向记者介绍道,他负责的店铺今年已经卖出了不少高端羊绒大衣,虽然整体销售量比以往要低,但营业额却基本持平。“我们这个品牌的羊绒产品走的是高端路线,所以基本没怎么受影响。”刘波说。

常年从事保暖衣物批发的陈鹏说,羊绒产品呈现降价的趋势,也表明了国内羊绒市场正在进行提档升级。人们消费观念的转变让羊绒市场短期内会遭遇“阵痛”,但从长远来看,正是因为有了“阵痛”,整个市场才会有大的提升。例如,以前,高、中、低档羊绒衣物其价格相差并不明显,因此也就让消费者产生了“羊绒制品昂贵且不好打理完全可以被保暖衣、羽绒服及加绒卫衣代替”的想法。

“如今,很多品牌商已经意识到了这一点,今后,羊绒制品可能会有即‘亲民’又上档次的产品面市,这对于整个羊绒市场来说,或将迎来新的增长点。”

这一观点被不少商户认同。他们普遍认为,羊绒制品的“钱途”就在产品提档升级和多元化发展上。有商户说,当前的羊绒产品类型较为单一,往多元化发展会为羊绒制品拓宽市场,同时产品提档升级将对羊绒原材料提出更高的要求,也会提高这一行业的门槛,届时将淘汰一大批不合格的供应商和销售商,市场将得到良性发展。

有业界专家表示,未来的羊绒市场会与当前的零售市场一样,进入“新零售”阶段,生产商要有优质、稳定的羊绒供应,实施线上线下联动,尽可能多地掌握销售渠道,才有可能在未来的竞争中占得一席之地。

本报讯(记者杨明清)青岛轨道交通产业示范区去年11月17日挂牌成立,是全国唯一集高铁地铁整车生产、关键核心系统研发制造、国家基础应用技术协同创新平台“三大板块”于一体的产业集聚区,一年来,先后入选国家级战略性新兴产业集群、国家级外贸转型升级基地名单。2018年轨道交通全产业链产值实现850亿元、增长16.4%,今年全产业链产值将突破1000亿元。

今年以来,新签约19个产业项目,计划总投资172亿元;新开工项目44个,计划总投资350亿元,2019年度计划完成投资77亿元,全年固定资产投资计划完成123亿元。

示范区搭建高端项目和产业园区平台,从引单个项目向引产业平台转型。依托区域内中车四方股份公司等三大“中车系”主机企业,聚焦139家核心配套企业,推动产业链立体扩张、价值链优化配置。发挥国家铁路集团等“中字头”“铁字号”央企在高速磁浮、高铁等方面优势,与中铁电气化局、中铁磁浮公司签订战略合作协议,带动30余家企业达成合作意向。深入融入青岛打造“一带一路”国际合作新平台发展趋势,瞄准“国际化”,总投资12亿元的瑞士SGS集团中国轨道交通车辆及重要零部件出口服务基地及全球轨道交通车辆认证检测中心顺利签约。搭建特色鲜明的高端产业园区,总投资390亿元的轨道交通高端配套产业园、地铁创新产业园、新能源产业园稳步推进。

示范区搭建高端峰会交流平台。举办2019中国轨道交通新材料产业高峰论坛、高速磁浮交通系统关键技术阶段成果汇报会暨首辆高速磁浮试验样车下线仪式等高端峰会活动。发起成立全省首个轨道交通装备类协会——青岛轨道交通装备产业协会,搭建起政府、企业、高校、科研院所的交流协作创新平台,协会已汇聚产业链上下游企业80余家。



电动共享汽车“凉凉”

2019年11月23日,浙江省嘉兴市秀洲区万民村境内千辆电动共享汽车被弃荒野。

苏念安 摄/东方IC

## 助眠产品层出不穷,市场风起云涌

# “缺觉”催生助眠市场

本报记者 刘静 实习生 李理达

有数据显示,现在全球预计有27%的人正遭受“睡眠危机”。工作压力大,作息不规律,沉迷手机,缺乏锻炼,情绪波动,外部环境等种种因素,都有可能导致睡眠紊乱的情况发生。

失眠引发的人们对自身健康的焦虑,推动睡眠市场规模急剧扩张,预计到2020年,我国睡眠市场的产业规模将达到4000多亿元,这个数字还将继续增长。

### 助眠产品层出不穷

在淘宝输入失眠、助眠、睡眠神器等类似关键词,琳琅满目的助眠类商品纷纷跳出来,让消费者挑花了眼。

口服的有“Sleepwell”睡眠软糖、“Dreamwater”睡眼水、睡眼冲剂、睡眼片、睡眼糖浆还有安神补脑液。

外用的可谓是从头到脚,全副武装:蒸汽眼罩、耳塞、睡眠枕、睡眠膏、睡眠手环、助眠香薰、泡脚盆,

还有号称“一觉睡到自然醒”的电子睡眠仪。

一款标榜《妻子的旅行》真人秀明星包文婧强力推荐的“Sleepwell”美国进口睡眠软糖,月均销售量竟达到8000多件,店家简单粗暴地称其为“助眠神器”,一颗小小的糖既能安抚情绪还可以舒缓助眠,堪称功效神奇。

小红书上,一些带货能力较强的博主,曾多次推荐这款产品,“失眠星人的福利!睡眠好物!亲测有效!强推!”想想深受失眠困扰的消费者,刷到这些走心又吸睛的测评,很难不为之心动。

智能化的助眠产品也受到了讲究“朋克养生”的当代青年的关注与青睐。一款标价1499元的电子睡眠仪,其原理来自非药物调理的经颅微电流刺激疗法。

手机APP商店上评价最高的蜗牛睡眠APP,则借助社区电商作为其变现模式,通过分享梦话记录等互动行为聚集了一批忠实用户,形成社交效应,继而将用户转化为付费者。

睡眠市场高需求下催生的助眠经济,可谓潜力无限。

### 买助眠产品,是在交智商税?

助眠产品真的是失眠者福音吗?

有人不这么看。他们认为,大部分助眠产品噱头大于实际效果,购买此类商品的人多数都是在交智商税。

记者看到,天猫国际的某款进口口服助眠产品在商品描述中提示买家,“本产品不可替代药品,不以治疗疾病为目的,请按需购买”。

也就是说,口服的助眠类产品至多算保健品,有的其副作用还有待医学进一步的验证。

而大部分口服类助眠产品,多包含了褪黑素的成分。作为一种神经内分泌激素,褪黑素具有镇静、诱导睡眠的作用,被称为“生物性催眠剂”。当褪黑素用于保健食品时,