

## 产业观察

## 厨房专用空调成为高增长蓝海



4月空调旺季,商机日臻“火热”。随着家电市场从售卖单品的1.0时代全面进入以AI驱动场景服务的新阶段,厨房空调凭借刚性痛点与品质升级需求,成为家电领域少有的高增长蓝海。

## 场景驱动重构厨房空调的价值内涵

场景是新技术、新产品、新业态创新性应用的具体情境,是与产品、服务融为一体的“价值容器”,也是激活用户需求的时空载体,涵盖支付意愿和体验价值,决定着产品销售、定价、溢价、营收和利润。厨房空调不是孤立产品,应把它放在完整的“厨房场景”中。厨房场景包括空间(家庭厨房、餐饮后厨)、用户(使用者、家人、访客)、行为(烹饪、清洁、社交、健康等)、技术(AIoT、智能联动)以及商业

闭环(产品+服务+数据+生态)等五大关键要素。厨房空调的真正落地,关键在于与厨房场景适配,这需要产品与服务系统集成整套解决方案。当前,厨房专用空调用户面临油烟侵蚀、制冷不稳、安装门槛高这三大痛点,已是业界共识。中国家用电器服务维修协会(以下简称“中服协”)提出,现阶段厨房场景专用空调系统集成整套解决方案,应当重点覆盖产品与服务两大维度。

## 厨房专用空调市场正迎来高速增长

在传统家电整体步入存量竞争的大背景下,厨房空调正成为家电领域少有的高增长蓝海。2024年行业零售量同比增长54%,增速远超传统空调。据相关机构预测,2025年零售量约28.6万台,增速达42.1%。在中服协“焕新潮”的工作中,厨房空调是纯增量市场。中服协研判,迎合用户厨房场景,打造抗油污、耐高温,集勘测、设计、改造、安装于一体的全流程产品与服务系统集成整套解决方案,正是空调企业破局新赛道的关键一跃。

针对不同厨房形态,要有相应的厨房空调解决方案。例如,对于

封闭式明火厨房,高温、油烟问题较为突出,解决方案以烟灶、热水器、专用空调为主体,核心在于实现传统厨电系统的智能联动,在爆炒时自动调节风速与温度,解决油烟与高温的双重困扰。对于开放式无明火厨房,随着轻食与西厨的流行,这类厨房更注重美观与舒适,配置以电磁炉、电陶炉、专用空调为主,适配小西厨轻烹饪场景,空调设计更偏向隐蔽式嵌入,保持空间美学的一致性。

无论家庭厨房面积和形态如何,厨房专用空调都应提供定制化方案。例如空间狭长的一字形与L

在产品端,一是构建全链路防油体系,推广专用抗油防腐技术,推动标配易拆洗结构,建立标准化的维护、清洗和保养机制;二是提升制冷稳定性,统一场景化冷量标准,优化气流组织设计(如顶出风、斜吹,避免直吹灶台),推动空调与油烟机智能风压联动。

在服务端,一是降低安装门槛,联合制定厨房专用空调安装标准,推广无外机一体机、嵌入式超薄机型和快装解决方案;二是构建全流

现阶段厨房场景专用空调系统集成整套解决方案,应当重点覆盖产品与服务两大维度。

程服务体系,建立“勘测—设计—改造—安装”一体化主动服务模式,推行工厂化、流水线作业方式的微改造服务。

商务部家电服务业行业标准化技术委员会正协同相关单位和家电企业,共同制定适用于厨房四类常见户型的厨房专用单体空调,以及覆盖四类户型、别墅和住宅4.0的中央空调厨房专用机、单体的产品与服务系统集成整套解决方案的套系服务标准。

在传统家电整体步入存量竞争的大背景下,厨房空调正成为家电领域少有的高增长蓝海。

助力千家万户焕新健康舒适厨房空调。中服协希望与各地方力量合作,重点推动一字形、L形、U形、双排形四种厨房户型场景厨电系统集成,以及在客厅、餐厅场景打造开放式小西厨的无明火开放式厨电系统。尤其是在商用领域,大型Shopping Mall无明火餐厅,契合年轻消费者需求的中小型无明火餐厅,这些极具增长空间的厨房厨电,包括厨房专用空调,正在成为风向标和新赛道。机构建立视觉健康影响评估指南。

(作者系中国家用电器服务维修协会王倩)

海尔集团与中科曙光  
签署战略合作协议

本报讯 4月22日,海尔集团与中科曙光正式签署集团级战略合作协议。海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰,中科曙光总裁历军共同见证签约。

在人工智能全面赋能实体经济、算力成为数字经济核心生产力的时代背景下,此次战略合作的达成,标志着国产算力龙头与全场景产业生态龙头正式开启深度合作。当前,人工智能与产业数字化正进入深度融合阶段,企业对算力基础设施、智能终端及场景化解决方案的需求持续提升。算力与产业场景的高效衔接,已成为推动制造业、智能家居、工业互联网等领域升级的关键支撑。在此趋势下,海尔集团与中科曙光将立足各自核心优势展开全面合作,进一步推动算力价值在实体经济中高效释放。

根据合作内容,双方将围绕国产芯终端联合研发、工业互联网算力底座、智算中心共建、绿色低碳数据中心、供应链协同、产业生态共建六大领域展开全面合作。通过技术互通、资源共享、场景共建,打通底层算力、平台支撑到场景应用的全链条体系,推动算力服务向规模化、场景化、高效化转型。

“制造业的智能化升级离不开坚实的算力支撑。”周云杰表示,“通过构建深度合作生态,我们将进一步打通从技术到场景的关键环节,让算力真正服务产业、服务用户。”

历军表示,此次与海尔集团牵手,是曙光深化算力赋能实体经济战略的重要举措。未来,双方将携手推动技术研发、成果转化与产业落地,助力山东新旧动能转换,为数字经济高质量发展注入强劲算力动能。(湘 讯)

美的与伊莱克斯  
计划在北美组建三家合资公司

本报讯 瑞典当地时间4月24日,瑞典家电制造商伊莱克斯(Electrolux)于官网发布公告,宣布已与美的集团达成协议,将在北美地区建立长期战略合作伙伴关系,合作领域涵盖食品保鲜(制冷)以及织物护理(洗护)的制造与销售。

根据公告,双方将在北美组建三家合资企业。其中,第一家为北美冷藏销售合资公司,双方各持股50%;第二家为墨西哥华雷斯制冷工厂,美的集团持股65%,伊莱克斯集团持股35%;第三家为美国安德森洗护工厂,伊莱克斯集团持股55%,美的集团持股45%,该工厂将由冷藏业务转型为洗护相关业务。双方将通过合资企业共享制造技术、供应链资源和运营经验,以降低生产成本、提高运营效率。

此次合作建立在双方二十余年的供应链合作基础之上,将伊莱克斯强大的市场地位、完善的基础设

施和消费者洞察,与美的集团在运营和创新方面的核心竞争力、对高效制造和供应链的持续投入以及产业灵活性相结合。

伊莱克斯表示,该合作是其战略执行中的重要里程碑。美的集团拥有强大的研发能力和智能制造实力,借助此次合作,伊莱克斯将在北美部分业务部门引入新的运营模式,持续投入以消费者为中心的创新,例如推出先进数字化产品,并在提升在拓展相关业务和产品线方面的能力。

对于美的集团而言,该合作是其全球化战略的重要延伸,也是切入北美高端家电市场的关键布局。依托伊莱克斯的本地化资源,美的集团可快速突破区域市场壁垒,将制造与创新技术转化为市场竞争力。合作预计将于2026年第三季度正式启动。

(武 文)

京东计划今年打造  
千款年销售额过亿元新品

本报讯 记者卢梦琪报道:4月23日,京东正式发布“新品全域通”计划,今年计划打造至少1000款年销售额过亿元新品。

过去一年,京东已成为品牌新品首发的首选平台。相关数据显示,2025年京东重磅新品首发数量同比增长223%,新品打爆率提升5.5倍,京东新品日成交额同比增长超36%。此次,京东推出“新品全域通”模式,以AI驱动全链路营销,串联起站内站外、线上线下全渠道用户触点,帮助品牌实现从新品孵化、蓄水、上市、首销、续销到促销的全生命周期精细化运营。京东“新品全域通”已成为品牌全生命周期高效增长的引擎,实测场均流量提升27%,转化率提升23%。

据悉,凭借全域通模式,众多品牌新品实现了爆发式增长。例如,华为Mate80通过多场域联动,叠加新品尖货抽签玩法,借助全渠道曝光资源,首发当天登顶手机类目销售额第一,用户点击转化率提升4倍以上。

为进一步提升品牌推新时的投入产出效率,京东“新品全域通”模式还将从流量引爆、营销破局、能力跃迁三大维度全面升级,助力品牌实现“用户触点丰富化、线上线下一体化、AI驱动精细化”。

其中,在能力跃迁层面,京东将AI能力深度融入运营全链路,让新品打爆更高效。京东新品运营中心升级25款可免费使用的运营工具,包括AI卖点生成、AI导购、数字人助手等,大幅降低人力成本,预计帮助品牌提效50%;AI作图工具帮助品牌将新品专题页搭建时间从一天缩短至10分钟。京东还推出了“AI Agent托管投放”新功能,品牌无须复杂操作,即可实现新品推广全流程自动化,预计投资回报率可提升2倍以上。

针对即将到来的京东618,京东将在大促周期内提供全场景、多维度的确定性资源,并通过重塑内容生态、广告产品创新,助力新品实现高效转化和确定性增长。

## 奋力谱写新型工业化发展新篇章