

日前,一则“中国游客日本消费60亿,日本马桶圈卖断货”的新闻火了朋友圈。媒体报道,在日本的商店里,很多中国游客连品牌价格都不问,就直接把2000多元人民币一个的马桶圈一扫而空。记者了解到,马桶圈的这股热潮不仅火在日本,连带国内的销量也水涨船高,有的品牌甚至在国内也卖断了货。业内人士表示,买马桶圈不要一窝蜂地去日本跟风,因为日本的产品无论是从电压还是匹配度来看都与国内不吻合,如果出现了问题国内的厂家也不负责售后和质保。
现代快报记者 袁阳

去年南京人差不多买了一万台,今年这个数字恐怕还要涨

马桶圈火了之后



不论如何,电子马桶圈成为了卫浴市场新宠



你在日本买的马桶盖很可能就是中国生产的,何必远赴重洋呢? 家门口就有好产品

前段时间有新闻爆料,中国游客千里迢迢从日本买回来的松下智能马桶,竟然产自中国,中国产品在出国巡游一圈之后,被国人高价买回国,令所有人唏嘘不已。
现代快报记者 张彦怡

调整消费心态,避免人傻钱多

现如今,即使到国外也未必能买到真正的“洋货”。就拿马桶盖来说,中国现在一年生产100万~200万台的智能马桶盖,中国每年本土销量不超过30万台,其余大部分出口日本市场。中国市场上的国外品牌众多,很多都在国内有生产厂商,不光供应国内市场,甚至还负责出口。而这些产品,大都质量上乘,消费者完全没有必要去国外买大品牌“国货”。

南京某国际品牌床垫经销商负责人李总说,国内制造业确实存在这样那样的问题,但是消费者的消费心态也需要调整,“我们品牌的床垫也有原装进口和国内组装之分,很多消费者在看到中国制造的标签之后就会下意识认为质量比原装的差,这都是错误的。消费心理调整、产业发展都需要一个过程。”

改变传统思想,适合自己最好

TOTO于1995年正式进入中国,中国已经成为TOTO最主要的生产基地及业务发展区域,共有7个生产工厂,分别位于北京、上海、大连、广州等地。TOTO南京负责人张总介绍,这些工厂生产的产品都不一样,产品不但供应全国市场,还会出口全球,“一个国际性品牌如果想发展,必须在当地有工厂,不仅能够带动就业,还能提升品牌的竞争力。TOTO除了少数高端产品的研发在日本外,生产基本上都是在中国了。现在电子科技这么发达,没有什么差别化了,真要说差别,也是为了符合各地人群不同的需要而已。”

TOTO的产品曾多次获得国际大奖的肯定与瞩目,比如素有设计界“奥斯卡奖”美誉的iF设计奖,而这些获奖产品大部分都是在中国制造生产的,且在门店均有销售。

而汉斯格雅与TOTO不同,他们的国产产品是原材料进口、国内组装的。汉斯格雅南京经销商市场部经理刘先生说:“我们在上海有个工厂,部分龙头是中国组装的,虽然原材料都来自国外,但根据有关规定标注的是中国制造,只有原装进口的才会标注德国制造。”刘先生说,中国市场是全球最大的市场,很多品牌都会在中国做出相应变化,“几年前,我们临时制定了一个适合市场的套餐,结果反应特别好。我们将这个情况跟德国总部汇报之后,总部很重视,专门制定了几个适合中国的套餐。这些套餐里只有龙头是国内组装的,淋浴管等其他部件是德国生产的,价格适中,虽然只有中国有售,但质量是经得起考验的。”

市场旧情

南京人消费马桶圈一年万台

能冲洗能烘干,甚至还能按摩,对于不熟悉的人来说,乍一听都觉得电子马桶圈很新奇。其实电子马桶圈早在35年前就有了,而在15年前就已经进入国内市场了。TOTO卫浴南京地区有关负责人张旭祥介绍,TOTO的电子马桶圈叫“卫洗丽”,该产品早在1980年就已经面世了,2000年前后进入国内,最初知道该产品的人很少,一年也只能在南京卖个个把台,但是随着南京人消费水平的提高,五六年前,卫洗丽已经作为TOTO的主打产品在销售,现在已经占据了半壁江山。“南京冬天很冷,四季分明,电子马桶圈能够自动加热,这个优势让南京的消费者对电子马桶圈很青睐。”张旭祥介绍,去年卫洗丽在南京一共卖了5000台左右,这个数字在卫洗丽全国的销售中已经名列前茅了,从另一方面来说,南京人的消费意识还是超前的。

日前在日本卖得最好的松下马桶圈,2006年就已进入南京,在前几年,马桶圈一年能卖1000~2000台,去年在南京的销量已经突破3000台。除了卫洗丽、松下等日本品牌的马桶圈,南京进口的马桶圈还有韩国爱真等品牌,再加上一些国产品牌的马桶圈,据统计,南京人一年消费马桶圈的数量在万台左右。

市场新机

马桶圈掀起热潮全国卖断货

“国人抢购马桶圈”的新闻一出来之后,张旭祥就敏感地捕捉到了商机,最近他们加大了卫洗丽的促销和推广,针对卫洗丽推出了几款套餐和特价,门店里也将卫洗丽放在了最显眼的位置。他告诉记者,年来咨询马桶圈的消费者明显增多,而且以前都是装修的业主买卫浴的时候带着装一个,现在前来咨询的都是已经装修好几年的业主,市场比以前扩大了很多。

松下南京地区有关负责人黄先生说,3月初,他们做了一个小型团购会,两天时间就团购了100多台,火爆程度超乎想象,他们之所以只做了两天是因为现在全国的松下马桶圈都已经断货了,3月份下单的消费者也只能到4月份提货,“以前周末最多一天能销售10台,现在每天都保持20~30台的销量。”

“电子马桶圈在国内还是个稀罕物,在日本早已普及到千家万户了,就连日本公共场所的洗手间也配备了电子马桶圈。”张旭祥介绍,在日本,马桶圈普及率非常高,而在国内虽然已有了换个马桶圈的意识,但是全民接受还要有一段时间。

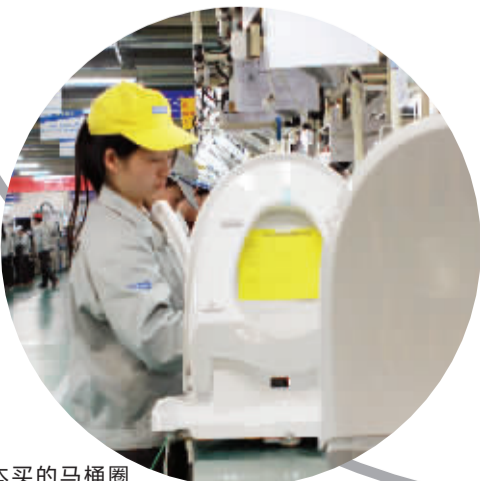
市场预测

进口产品各种不匹配不如国货

过年期间,张旭祥的一个朋友专程从日本带回来一个马桶圈,但是买回来之后由于电压和安装的问题屡次致电请教他。张旭祥说,电子马桶圈看似很简单,在普通的坐便器上安装即可,其实很多消费者不知道的是,不同品牌的电子马桶圈对于水箱到坐便器前端的距离、安装孔径的距离、坐便器尺寸的大小和长短都有不同的要求,而且日本的电压是110V,中国的电压是220V,日本的马桶圈带回中国必须要增加一个转换插头。

“我们只负责国内销售产品的安装、售后和质保,国外带回来的产品出了问题我们不负责。”黄先生说,大家都觉得日本买回来的东西特别好,其实不然,国内产品的材质、机芯等原材料都是从日本进口,然后在国内组装的,而且价格也差不了多少,日本卖2000多元,现在国内促销的价格也在2000多元。

“在国内,电子马桶圈没有被归纳为传统意义上的家电,还被归纳为建材一类,但是在日本他们属于电子产品。”张旭祥说,虽然马桶圈不像手机、电脑更新换代那么快,但是这几年也不断推出新产品,有的品牌不仅在家居卖场有卖,在苏宁等家电卖场也有销售,“现在去日本买手机买电脑的中国消费者越来越少,总有一天,国人也会慢慢接受国内的马桶圈。”



你在日本买的马桶圈很有可能是中国生产的