智能廚衛 走入神州尋常家

市場潛力巨 國際廚衛巨頭加快佈局

■高儀推出的「色彩」系列，為了爭奪中國市場，各大衛浴品牌都在持續創新。 香港文匯報上海傳真

■中國國際廚房、衛浴設施展覽會現場人頭攢動。 香港文匯報上海傳真

■參觀者在看浴缸，現在中國消費者十分「懂行」。 香港文匯報上海傳真

■展覽會現場人頭攢動，中國消費升級帶來的巨大商機令國際廚衛巨頭雀躍。 香港文匯報上海傳真

香港文匯報訊（記者 章蘿蘭 上海報道）中國消費升級帶來的巨大商機，令國際廚衛巨頭雀躍。第24屆中國國際廚房、衛浴設施展覽會日前登陸上海，相較其他市場，中國消費者更樂於接受高科技，故此吸引諸多尖端智能廚衛新產品至上海首秀。中國市場也的確從未令巨頭們失望。全球最大的衛浴與家裝產品製造商驪住集團高管接受香港文匯報專訪時透露，儘管前兩年中國樓市受制於宏觀調控，旗下主打衛浴品牌德國高儀在華銷售額仍高速增長逾兩成，遙遙領先於其在全球市場上3%的平均增長率。

中國消費者熱衷追逐時尚，如今科技即是潮流，智能總是最大的賣點，尤其是5G即將來臨，各大廚衛品牌更是加快了智能家居的佈局步伐。德國高儀在今次展覽上推出3D金屬打印龍頭、家庭氣泡水系統等數款高科技產品。

氣泡水較瓶裝水更綠色環保

採用歐洲水處理專業公司BWT提供的技術對水進行過濾，再冷卻至5-10℃的健康飲用水溫，僅需輕觸智能控制按鈕，便能隨心選擇三種不同氣泡水。與瓶裝水相比，這款家庭氣泡水系統更為綠色環保，二氧化碳消耗減少了大約61%，亦無塑料與包裝浪費。科勒也將雲技術、大數據、物聯網、人工智能、語音交互等科技，運用於浴室和衛生間，升級和豐富雲境智能廚衛系統，最新展示的智能座便器，擁有五級旋風的360度強勁沖水能力，還增加不同的音樂、燈光場景化體驗。TOTO主打淋雨體驗，花灑融合「雨溫技術」、「雨幻技術」和「雨醒技術」。

特製新產品迎合中國消費者

驪住集團亞太區首席執行官Bijoy Mohan表示，相對於全球其他消費市場，中國消費者對新產品、新技術的接受速度更快、接受程度更高。他透露，儘管當前公司在中國上市的產品仍基於全球產品線，但為中國市場特製的產品已在研發中，料明年正式推出。論及中國消費升級，Bijoy Mohan亦頗有感觸，「中國消費者並不像過去一樣只是為了一個國際品牌甘願付出高價，他們對產品、體驗本身有更高要求，亦熟知產品性能，這是一個非常好的趨勢。」

浴室改造需求大注銷售動力

前兩年內地樓市低迷，今年以來似有復甦跡象。Bijoy Mohan坦言，中國房地產市場的確對衛浴行業有重要影響，令整體銷售放緩，不過儘管新房數量因調控而有所減少，但存量房也不容小覷，例如北上廣深等大型城市的浴室改造需求層出不窮，這都是促進銷售的新動力。

「過去兩年在房地產市場不是很景氣的情況下，高儀已經獲得了超過20%的銷售增長，另一驪住旗下品牌美標也勁增20%，伊奈更獲得了60%的增長。」Bijoy Mohan說，現在樓市有所復甦，當然預見有更好的增長，不過樓市購買需求釋放與衛浴產品消費之間，或有一定滯後效應。他堅信，隨着集團在中國體量越來越大，在未來五年中，料高儀仍可獲得至少年均15%以上的增長，若是持續擴大銷售品類，增長率則將超過15%。

《外商投資法》定於2020年1月1日起施行，Bijoy Mohan對中國投資環境讚不絕口。他強調，驪住在中國有很多製造工廠，目前集團仍在不斷追加投資，最近還擴建了在華研發中心，上述種種均離不開中國政府和相關政策的支持。

■驪住集團亞太區首席執行官Bijoy Mohan對中國投資環境讚不絕口。 香港文匯報上海傳真

智能馬桶銷售 小鎮勝大城

香港文匯報訊（記者 章蘿蘭 上海報道）近來「小鎮青年」經濟大熱，所謂「小鎮青年」指出身在三四線城市，在老家生活工作、或前往大城市及省會周邊城市打拚的青年。受到潮流資訊的耳聞目染，這些「小鎮青年」的消費眼光、能力並不遜色於一二線城市。路透社早前的一篇報道提到，過去幾年中國三四線城市的消費激增58%。在此背景下，內地三四線城市亦成為各大廚衛品牌的兵家必爭之地，眾多廚衛品牌已經開啟了向三線以下城市滲透的步伐。

「小鎮青年」講究健康便捷

內地媒體報道，由於生活條件越來越好，在「小鎮青年」心目中，價格不再是最關鍵的要素，健康、便捷成了他們對智能家居的核心訴求。「小鎮青年」把健康放在重要位置，智能馬桶、智能床等受到消費者青睞。京東大數據亦顯示，智能馬桶市場三四線城市的銷售佔比超過30%，增速遠高於一二線城市。不過也有分析認為，廚衛企業之所以發力三四線市場，房地產行業的推動力功不可沒。

三四線城市成搶攻對象

驪住集團亞太區首席執行官Bijoy Mohan表示，三四線城市的消費者是不可忽視的購買主力，高儀將在此區域開拓更多的銷售專賣店及其他銷售渠道，打響產品在三四線城市的知名度，例如今年就會新建55家展廳。

科勒廚衛集團中國區總裁王振顏早前直言，將會加快速度滲透到三四線城市，「當下中國的三四線城市進步非常快，對產品需求亦逐漸增加，未來科勒會在三四線城市開更多門店。」據報道，科勒近年積極佈局中國三、四線市場，2015年至今已相繼在江陰、海口、清遠等城市開設旗艦店。

TOTO也在財報中表示，2018年對中國二線以下城市的需求響應不足，影響業績表現，暗示未來將發力三、四線市場。

■廚衛展上，一位女士被龍頭的時尚外觀所吸引。 香港文匯報上海傳真

巴菲特午餐創天價 孫宇晨3581萬投得

香港文匯報訊 (記者 周紹基) 美國著名投資者巴菲特今年慈善午餐拍賣贏家身份揭曉，是來自虛擬貨幣界的孫宇晨以接近456.8萬美元(約3,581萬港元)贏得拍賣，刷新自2000年舉行拍賣以來的新紀錄。現年28歲的孫宇晨在twitter公佈消息，兩人年齡相差達60年。市場關注兩者不單年齡差距巨大，對虛擬貨幣的態度更是「南轅北轍」，預料兩人的「飯局」或會產生「火花」。

28歲虛幣波場創辦人

巴菲特發聲明表示，對孫宇晨贏得拍賣感高興，期望與孫宇晨及他的朋友共度美好時光。孫宇晨則表示，會邀請區塊鏈行業的領導人物，出席巴菲特的午宴，希望每一個人都能獲益。

一直以來，巴菲特並非比特幣等虛擬貨幣的擁護者，他甚至在多個場合上，公開批評比特幣，指比特幣並非投資而是「賭博」，他自己是不會投入一毛錢，又形容虛擬貨幣是「老鼠藥」。

至於祖籍青海省西寧市的孫宇晨，是波場TRON、陪我APP等的創始人兼首席執行官。他在去年以1.2億美元收購了全球知名的BitTorrent，並成為該公司行政總裁。

馬雲學徒 8年前已風頭勁

年僅20歲，便成為2011年第26期時代華納亞洲周刊的封面人物，2014年被達沃斯論壇授予全球傑出青年，2015年及2017年，兩度獲選福布斯中國30位30歲以下創業者。2015年，孫宇晨入選馬雲創辦的湖畔大學，成為馬雲學徒中唯一的一名90後。

截至2018年底，孫宇晨於微博發佈的波場TRON主網自上線以來，交易數已超越以太坊，賬戶數已超越柚子幣(EOS)，在交易貨幣的發展上嶄露頭角。

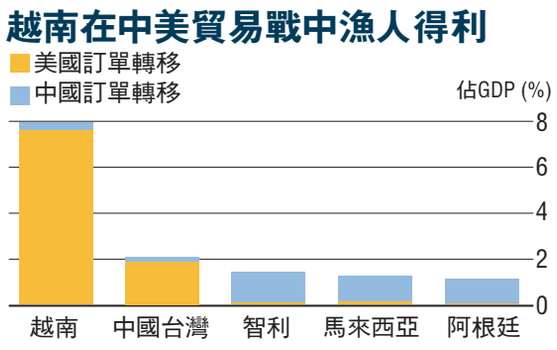
不過，與此同時，虛擬貨幣的走勢卻愈走愈低，比特幣昨日挫約一成，失守八千美元大關，連帶其他虛擬貨幣也下瀉。在過去1個月，比特幣價格由5,322美元，漲至逾8,700美元，30天內漲幅達到54%。但環球避險情緒升溫，比特幣亦大幅下跌，分析師認為8,000美元一旦失守，將可能下試7,300美元的支持。

其他主要虛擬貨幣也跟隨比特幣走勢，昨日出現至少約6%的急跌，其中以太幣、瑞波幣及萊特幣的跌幅約在6至8%，柚子幣跌幅近13%最重。

■贏得巴菲特午餐的孫宇晨(右)。

野村：貿戰升級 越南最受惠

香港文匯報訊 中美貿易戰升級對全球經濟無疑負面，但另一方面，兩國轉由其他經濟體進口，則令後者受惠。投行野村昨發表報告指，其中最受益的首五位依次為越南、中國台灣、智利、馬來西亞及阿根廷。



註：爲截至2019年第一季度一年的數據

資料來源：彭博

報告稱，根據過去一年的貿易數據，發展有充分證據表明美國及中國在1,981種關稅商品中，超過一半自其他地方獲得替代。亞洲（除中國外）獲得最多來自美國的進口替代，而美洲（除美國外）則最受益於中國的進口替代；至於歐洲則沒有太大獲益。

美國以進口越南、中國台灣及韓國的電子產品取代原來的中國進口，並自馬來西亞進口半導體產品，而韓國及墨西哥則向美國輸出汽車部件。

中國則向智利進口銅取代原美國進口，並向阿根廷、巴西、智利及加拿大進口大豆；向新加坡、香港及南非進口黃金；向馬來西亞和澳洲進口天然氣；以及向法國和德國進口飛機，以替代原先來自美國的進口。

1年額外訂單佔GDP 7.9%

野村表示，在全球最大50個經濟體中，在中美的貿易轉移中，越南最為受惠。截至2019年第一季度的一年，因關稅而轉移的貿易給越南帶來的額外訂單規模相當於該國國內生產毛額(GDP)的7.9%。中國台灣獲益規模位列第二，相當於GDP的2.1%。相比於中國對美國商品加徵的關稅，這兩個經濟體都從美國對中國商品加徵的關稅中受益更多。智利獲得的額外貿易量佔GDP 1.5%。

美國對中國商品加徵關稅，進口替代品主要為電子產品，其次為傢具及旅行用品；假如美國對其餘約3,000多億美元中國商品徵收25%關稅，這部分商品很大比例為電子產品。假如近期美國對中國科技企業華為及中興通訊（0763）的限制升級至科技「冷戰」的話，全球價值鏈重新分配的可能性不能低估。