

买得起机器 换不起耗材

智能家电如何打破耗材依赖

近日,北京市民李女士按下净水器出水键,屏幕弹出的“滤芯更换提醒”让她皱眉——这是今年第二次提醒,每次更换需数百元,几年算下来竟比机器本身还贵。

无独有偶,王先生家空气净化器使用半年后即提示换滤网,可他查看发现滤网灰尘不多,用检测设备测出出风口数值变化也不大。

两人的困惑,当下不少智能家电用户深有同感。



“买得起机器,换不起耗材”

近年来,空气净化器、净水器、扫地机器人等智能家电走进千家万户,在带来便利的同时,也催生出庞大的“耗材经济”市场。滤网、滤芯、刷头、拖布等不起眼的耗材,正成为影响消费者体验和行业发展的关键因素。

不少消费者反映,智能家电看似价格不高、使用方便,但后续更换配件及耗材的支出却不小,“硬件亏损、耗材盈利”的商业模式,成了消费者不得不面对的“阳谋”。

在电商平台上,原装耗材价格居高不下:电动牙刷刷头动辄近50元,扫地机器人专用拖布超20元,还有洗碗机的洗碗块、胶囊咖啡机的胶囊等。小米净水器RO反渗透滤芯(适用400G)售价459.08元;科沃斯地宝水抹布2对装售价99元。这些耗材更换周期多则数月更换一次,少则每日更换。

从实际使用成本来看,一台售价2000-5000元的净水器(如A.O.史密斯、林内、小米等),年均滤芯更换成本

约500元,5年耗材费用便会超过机器价格。

中怡康GFK《2023年净水设备售后服务白皮书》显示,主流品牌滤芯年更换成本约600-1200元,占产品全生命周期使用成本的62%-78%。

某品牌维保服务工单显示,一年一换的一根活性炭复合滤芯单价300元,即便使用优惠券,消费者仍需支付270元。

更让消费者无奈的是,耗材更换周期往往由企业单方面决定。

部分净水器设置水流量和时间两种模式,即便未达到限定水流量,只要限定使用时长到期,机器仍会提示更换。

北京市民周先生向记者表示,他用TDS检测笔测出水质达标,可净水器仍持续报警,不换滤芯就无法正常使用。

在黑猫投诉平台,对净水器滤芯的投诉不在少数,多集中于“使用频率不高却频繁提示更换”“售后未检测直接建议换滤芯”等问题。

耗材价格缘何高企?

企业通过技术手段强制消费者购买原装耗材,这是家电耗材价格高的重要原因。

记者走访北京市一些家电卖场时发现,一些销售人员会特别提示,必须购买品牌自有滤芯,否则即便安装也会触发机器报警,导致无法正常使用。

追问原因时,销售人员称是为防范盗版滤芯引发后续问题,而安装后需维修人员用特定NFC刷机或扫码枪扫码,机器才能正常运行。

在闲鱼等平台,虽有价格低于原装的第三方滤芯售卖,但卖家坦言“可能出现报警提示,出现问题需找售后处理”。

有行业专家认为,原装耗材价格

高,部分源于品牌溢价和专利费用。

例如净水器厂家会研发具有自主知识产权的滤芯结构和换芯方式,采用“低价卖机器,高价卖耗材”的商业模式——降低整机价格以吸引消费者购买,再通过高价耗材赚取利润。这种模式虽降低了消费者的购买门槛,却大幅增加了使用阶段的支出。

在销售环节,商家通常避谈耗材价格。

记者走访多家家电卖场发现,几乎所有品牌销售人员都只强调智能家电的功能优势,如净化器的净化效果、净水器的健康保障等,很少主动提及后续维护和耗材更换成本,只有在消费者一再追问下,才会简要说明滤芯更换周期和费用。

破局之路:必须打破耗材依赖

截至2025年8月底,我国共有超6600万名消费者参与家电以旧换新活动,累计购买新家电1.09亿台,这也带动了配套耗材需求增长。

规范耗材标准、开放接口是打破品牌垄断、降低消费成本的关键。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江建议,行业需明确耗材更换周期,推广通用接口,保障消费者的知情权与选择权。

令人欣慰的是,一些企业和平台已在积极推进。

在电动牙刷领域,宝洁欧乐B、飞利浦等头部品牌全面开放刷头接口,第三方刷头可适配使用,打破了品牌独家供应的格局。

在胶囊咖啡机领域,星巴克、Seesaw、瑞幸咖啡等品牌推出通用的胶囊产品,丰富了消费者选择。

一些电商平台也在积极助力统一标准落地,如京东在“净水清风行

动”中,推动优化滤芯寿命计算逻辑,并引入第三方检测机构检测滤芯寿命,从供应链端推动耗材标准统一,为接口开放与标准规范提供支撑。

智能家居的普及是消费升级的体现,“耗材经济”的健康发展则是行业成熟的标志。当便利不再被“隐形消费”绑架,当企业利益与用户需求找到平衡点,智能生活才能真正回归“提升生活质量”的本质。

消费者在购买智能家电时,应充分考虑后期使用成本,避免因一时低价忽视长期支出。

陈音江建议,用户应学会用专业工具(如TDS检测笔检测水质、空气检测仪检测净化效果)判断耗材实际寿命,不必盲目听从机器提示,选择有资质的第三方耗材,既兼顾经济性又保障安全,避免因贪便宜购买劣质产品。(据新华社)

中国人寿咸宁分公司:

开展金融知识宣传活动 守护群众美好生活

9月17日上午,中国人寿咸宁分公司积极响应监管活动号召,在咸安区人民政府广场参加由国家金融监督管理总局咸宁监管分局、中国人民银行咸宁市分行联合主办的“保障金融权益、助力美好生活”集中宣传活动,将金融知识与风险防范服务精准送达群众身边。

此次活动是中国人寿咸宁分公司落实金融知识宣传周主题要求的重要实践,旨在通过“贴近群众、服务群众”的形式,进一步加强金融知识宣传教育,提升社会公众金融素养,筑牢金融消费者权益保护屏障。活动现场,公司依托专属宣传专区搭建服务阵地,紧密围绕群众关心的“如何理性选择金融产品”“怎样远离虚假宣传与非法金融活动”等核心

问题开展工作:图文并茂的宣传展板系统呈现个人信息保护要点、非法集资典型特征及电信诈骗高发手段,使专业知识更加直观易懂;工作人员主动发放定制宣传折页,针对老年群体、普通市民等重点人群提供“一对一”专属咨询,运用咸宁本地通俗易懂的方言拉近与群众的距离,精准解答“如何辨别代理退保黑产陷阱”“遭遇保险欺诈该如何应对”等实际问题。

为提升群众风险防范意识,工作人员结合真实案例进行深入讲解——通过“代理退保黑产导致市民保单失效、资金受损”“参与保险欺诈面临法律追责”等典型事件,细致解析风险信号的识别方法,如警惕“高收益无风险”投资噱头、拒

绝向陌生账户转账、核实金融机构资质等;同时明确应对流程,指导群众在遇到可疑情况时,第一时间联系金融机构核实、拨打110报警,或向监管部门及行业协会求助,切实帮助金融消费者与投资者提升风险应对能力,理性选择适合自身的金融产品。

作为扎根地方的基层金融机构,中国人寿咸宁分公司此次活动充分践行了金融知识宣传周“注重发挥县域派出机构和基层金融机构力量,推动金融知识深入基层、直达群众”的要求,不仅填补了部分群众的金融知识盲区,更以实际行动彰显“以客户为中心”的服务理念与金融央企的社会责任担当。下一步,在整个金融知识宣传周及后续工作中,分公司将持续围



绕“金融助力提振消费、优化金融服务水平”的主题方向,将金融知识普及工作纳入常态化、长效化机制:一方面依托县域网点与社区服务点,开展“金融知识进社区、进乡村”系列活动;另一方面借助线上平台推送科普短视频,将金融知识与服务送到群众身边,切实让金融行业发展成果更好满足人民群众美好生活需要,为构建安全、健康、有序的地方金融环境贡献“国寿力量”。(通讯员 危莉)