

智能家电下乡和以旧换新政策相继落地

多家企业新举措补全回收拆解产业链

6月17日,工信部等五部门发布《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》(下称《指导意见》)。《指导意见》指出要引导绿色产品消费,加快完善家用电器和照明产品等终端用能产品能效标准,促进节能空调、冰箱、热水器、高效照明产品、可降解材料制品、低VOCs油墨等绿色节能轻工产品消费;引导企业通过工业设计等方式增强绿色产品和服务供给能力;完善政府绿色采购政策,加大绿色低碳产品采购力度;鼓励有条件的地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新行动。

随着相关政策持续落地,家电企业也有进一步动作。四川长虹内部人士在接受记者采访时表示,“长虹系”公司正积极响应当地开展的补贴总金额达2000万元的“2022年家电电费补贴活动”,并计划再推进追加补贴。

美的集团、海尔智家、格力电器相关负责人也对记者称,目前公司正在推进新一轮以旧换新活动,在新政的指导下,相关活动的实施将更具明确性,会根据《指导意见》进行部分细节的调整,并进一步加强对回收拆解企业的引入。

新一轮家电下乡大幕拉开

今年以来,有关家电补贴政策陆续出台,意在进一步提振消费信心、激发市场活力。

今年4月26日,国务院办公厅发布的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》明确指出,以汽车、家

电为重点,引导企业面向农村开展促销,鼓励有条件的地区开展新能源汽车和绿色智能家电下乡。

此前多地已经推出家电消费券,此举被业内视为是新一轮家电下乡的前奏。北京市、日照市、海口市等个城市近日发出了促进家电消费的实施方案,明确家电消费券的发放及使用规则。其中,北京已于4月份开始面向消费者发放绿色节能消费券,共计超3亿元。

新一轮家电下乡在销售、产业层面的落地,正在各地有序开展。中国电子视像行业协会副秘书长董敏对记者表示,根据各地情况不同,家电下乡补贴开始时间也有所不同,不过根据各地情况来看,新一轮家电下乡大幕才刚刚拉开,《指导意见》发布后,将让新一轮家电下乡力度持续加强,对企业在绿色环保、以旧换新等方面具体措施的落地也更具指导性意义。

新一轮家电下乡将更侧重促进家电更新与新增需求的释放。《此前几轮家电下乡是不同的,随着下沉及农村市场出现的新变化,本轮家电下乡将因地制宜,精准补贴,且更注重推动绿色环保产业链的构建。”奥维云网消费电子大数据事业部总经理揭美娟认为。

四川长虹上述人士表示:“家电下乡相关新政策为咱们家电零售和制造企业开展相应家电消费活动提供了稳固的社会基本盘和政策支持。新一轮家电下乡,是在目前城市家庭对大件家电需求接近饱和、城市家电消费市场增长潜力

不足之下进行的,企业将通过推动‘好产品’下乡,挖掘农村消费市场潜力,进而激发下沉市场的消费活力。”

在针对科技创始人丁少将看来,《指导意见》对于进一步引导和推动家电产业的智能、绿色转型升级以及扩大消费有促进作用,不过具体配套的相关措施还需进一步落地,特别是对消费端资金补贴和供给端财税优惠等刺激扶持政策的落实。“家电企业也要加强产品结构化调整,在技术、渠道等多方面做好准备,满足政策刺激下多元市场的用户和政企客户需求。”

家电企业积极关注政策动向

随着《指导意见》的发布,目前多家家电上市公司都表示正积极关注政策动向,并进一步加大部署力度。

长虹美菱方面6月17日在投资者互动平台表示,目前,公司也在密切关注家电下乡的相关政策信息动向,同时将积极部署产品规划和相关的推进工作。其中国区相关负责人称,长虹系公司还将联合专业的旧家电回收处理机构,将旧家电直接回收,不再进行二次销售。

“上一轮家电下乡活动的家电产品普遍进入‘退休’换机期,给市场带来更多空间。在这轮家电下乡中,在市场的以旧换新,在生产端的绿色回收拆解体系将是家电企业发展的重点。”四川长虹上述负责人对记者表示。

格力电器市场部人士也向记者透露,其“以旧换新”活动会在7月1日正式

上线开启。格力将把以旧换新作为长期稳定的优惠项目。海尔智家相关负责人也向记者表示,6月17日,海尔智家协同当地政府启动焕新家电节,投入3000万元用于以旧换新原价补贴。

行业协会也有所行动。6月15日,中国电子视像行业协会和京东家电联合发布《2022彩电产品“汰旧换优”推荐指南》。中国电子视像行业协会执行会长郝亚斌表示,“汰旧换优”作为彩电行业的重点工程,此次活动鼓励用户淘汰非智能、画质体验差、耗能高且存在安全隐患的超龄股产品,为行业发展提供新动能。

以旧换新相关项目的持续推进,对我国家电企业在回收拆解产业链的构件上也提出新的要求。目前,在产业链上,海尔智家和格力电器都已自建拆解工厂,美的集团则与多家国家授权拆解企业展开合作。长虹内部人士表示,通过长虹华意、长虹美菱、长虹格润这三家企业,长虹系已形成包括上游核心部件供应、终端产品生产制造、终末废旧家电回收等在内的完整的产业生态体系。

奥维云网数据显示,目前单家电回收环节产业规模已超过500亿元,产业链中下游拆解、带动更新消费规模预计将超过千亿元。

“在以旧换新等措施带动之下,回收产业已经成为家电企业重点发力的领域,下一步不排除部分巨头通过收购等方式补全并建立成熟完善的家电回收体系,而部分孵化企业也有望独立上市。”丁少将称。

(证报)

大家电销量不及预期 厨电折扣同比收缩 彩电零售规模增长

家电年中大促呈现三大特征

箱”的趋势将有望逐步凸显。

空调线上市场表现乏力,“618”期间整体销售165.9亿元,销量560.9万台,分别同比下滑16.9%和21%,但均价有所提升。分析认为,在较高的成本压力下,空调促销力度大大削弱。记者注意到,在“618”后两周空调线上销售额分别下滑了20.2%和27%。

相较之下,洗干市场在今年“618”则呈现出稳定增长的趋势,洗衣机、干衣机、洗烘套装线上市场均量额齐升,但均价皆有所下滑。

厨电优于行业整体表现

据奥维云网监测数据显示,“618”期间线上市场家电(主要品类)规模594.6亿元,比去年下滑1.4%,而厨房场景203.5亿元,同比增长7.9%。厨房场景下的家电品类增长速度要好于家电市场整体。

其中,油烟机在今年“618”实现线上销售18.2亿元,同比增长11.6%;燃气灶线上销售10.1亿元,同比增长16.7%;洗碗机线上销售10.5亿元,同比增长

17.1%;嵌入式微蒸烤产品线上销售5亿元,同比增长16.8%。

新兴品类、趋势款式在“618”节点再次放大。据奥维云网监测数据显示,“618”期间线上市场新兴厨电(洗嵌集)整体零售额为28亿元,1.5肩传统厨电(烟灶消)的30亿元。而顶侧双吸、超薄低吸款的油烟机,集成式的洗碗机等趋势类细分款式,节点爆发明显。

据奥维云网监测数据显示,“618”期间线上市场厨电各品类95折机型数量同比减少,洗碗机之外的大部分品类折扣力度同比均有收缩。

线上彩电结构升级

今年“618”年中大促,在节奏上延续了去年“双11”的晚8点战术,在优惠补贴上以满300元减50元、满299元减50元的更大力度向消费者让利。在稳经济大盘的背景下,“618”对于彩电行业来说不仅是“打新”“促销”“玩法互动”,更承担着提振上半年行业规模的重要使命。

群智咨询此前发布的《2022年上半年电视市场研究报告》指出,2022年一

季度全球电视出货数量同比下降7.1%,二季度预计同比持续下降,降幅扩大至8.8%。显然,彩电市场上半年一直在谷底运行。

借助今年“618”,彩电厂商将推新与促销一并释放,价格的优惠力度普遍较大,“618”线上渠道重点尺寸价格均已达到上半年的最低价。在价格的拉动了下,“618”彩电线上市场表现为量增额降,“开门红”首周线上零售量增长25.8%,奠定整个“618”促销零售量增长的基础。从产品层面来看,今年“618”促销期间,线上彩电市场产品结构呈现升级趋势,主要体现在75英寸产品市场快速扩容,80英寸以上产品节点增长效应明显,创新工艺提高产品附加值,游戏电视引爆“618”市场等多个方面。

相关数据显示,今年“618”,京东平台游戏电视品类成交额同比增长5倍。整体来看,彩电“618”全渠道零售量规模增长4%,虽然改变了促销前的低迷表现,但整个上半年仍是下降趋势,行业复苏任重道远。

(宗文)

高端化、场景化、产品结构优化、用户融合以及下沉渠道优化等都会成为我国家电企业的发展方向。

小家电发力海外市场

记者注意到,进入消费升级的下半场,细分的市场、多样化的需求带来新的经济趋势。“懒”已经不是传统意义上的概念,而是被赋予了更多时尚内涵。新时代的“懒人”们更偏向于高效利用闲暇时间,丰富自己的专长,避免在低效的家务劳动中耗费过多的时间。

“在同质化竞争下,若想产品突破重围,企业更应从用户需求的角度出发,舍弃一款设计包打天下的幻想,找准产品的应用场景、人群或区域定位,有针对性地突出产品功能性、设计性特点,如能创新开发新品类、打造新赛道,竞争实力则可更上一层楼。”王雷表示。

此外,在我国家电产业规模居世界首位的背景下,发力海外市场也将是小家电企业重要的发展渠道。据中国家用电器协会测算,中国小家电产品目前产值约5300多亿元,其中出口占比超过65%。2021年中国小家电出口量达33.4亿台,出口额达521.2亿美元,在中国家电产品出口额中的比重接近50%,在全球小家电贸易额中占比超过50%。

“成熟完善的供应链体系、企业强大的创新能力、富有美感的工业设计、充分竞争的市场、资本市场的关注,多重优势助力小家电龙头企业顺利出海。”王雷说。

(中国城市报)

法院公告栏

第二審(又名第二庭):本院受理原告馬友洪因民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告馬友洪,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初332号民事判決書。限被告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
劉二勇:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

河南省杞縣人民法院
鄭曉軍:本院受理原告考威源訴被告民間借貸糾紛一案,現已审理终结。因原告考威源,具體地址不詳,經依法公告送达(2022)豫0221民初2840号民事判決書。限原告自公告發出之日起30日內來本院領取判決書,逾期視為送达。如不服本判決,可在公告期滿后十五日內,向本法院递交上诉状及副本,上诉于河南省開封市中级人民法院。逾期本判決即發生法律效力。

市场观察

在今年“618”年中大促期间,家电类产品细分市场呈现出不同的特点。

大家电“开门红”后遇冷

从大家电市场表现来看,经历了短暂的“开门红”后迅速冷却。奥维云网数据显示,年中大促首周,从线上销额同比来看,冰箱增长37.0%、冰柜增长77.9%,洗衣机增长30.4%,干衣机增长62.3%,空调小幅上涨2.7%,均为涨幅最大的一周。

整个“618”促销期,冰箱整体市场量额齐升,线上实现销售额88.3亿元,销量344万台,分别同比增长12.8%和11.7%,均价2567元。值得一提的是,卡萨帝继续主导“8K+”市场,以33.5%的份额位居今年“618”冰箱线上“8K+”市场零售额第一,西门子、东芝、海尔、松下分列第二到第五名。

而因疫情备受追捧的冰柜在整个“618”促销期线上实现销售8.7亿元,同比增长48.4%,销量71.2万台,同比增长53.1%,但均价下降了3.1%至1221元。分析认为,冰柜成为“第二台冰

“懒人经济”升温 小家电如何质效兼备？

一进门,咖啡机就飘来咖啡豆的香味,空气炸锅中的食物酥嫩可口,扫地机器人带走沉积的灰尘……现如今,小家电在微信、小红书、抖音等社交平台上频频现身,背后是“Z世代”年轻人的创意生活图景。

在“618”电商购物节“战报”里,多品类小家电成绩亮眼。其中,厨房小家电首轮销售额同比增长49%。

虽然人们对于小家电的关注度日益提升,但需留意的是,小家电领域依旧存在一些“雷区”和乱象,“小家电难以被持续使用”之类的讨论亦不绝于耳。二手交易平台闲鱼就曾发布过2021年度十大无用商品名单,空气炸锅、破壁机等小家电赫然在列,成为人们口中的“吃灰神器”。

“懒人经济”热潮下,小家电是否真的广阔市场前景?其该如何实现叫好又叫座?

网红小家电受年轻人追捧

对于许多年轻人来说,这些颜值高、功能明确的小家电代表着一种高效、极简的生活方式。天猫数据显示,今年3—5月,厨房小家电线上成交额增长明显,其中空气炸锅同比增长200%、电蒸锅、果蔬清洗机、电动辅食料理棒同比增长均超过了80%,烤串机和咖啡机同比增长均超过50%。

网红小家电为什么能够俘获年轻人的心?中国电子信息产业发展研究院发布的《2021年中国家电市场报告》显示,用户对于品质好物的消费需求急速攀升,多元化的需求拉动了新兴家电市场的发展。“80后”“90后”成为了小家电的消费主力群体,同时让新兴家电市场更加聚焦于满足智能和体验两大需求。

“近两年人们居家生活频率增加。一些年轻人热衷购买空气炸锅、炒菜机、扫地机器人、洗地机等小家电服务生活,这些产品往往具有使用方便、颜值高等特点。”中国家用电器协会秘书长王雷对记者说。

同时有业内人士称,网红小家电之所以走俏,也因为其有单价低、周期短、体积小、无需安装等优点,让消费者尤其是年轻人无需深思熟虑就能一键下单,更容易激发其购买欲。

记者注意到,线上营销渠道已经成为了小家电的“流量密码”。打开小红书APP,单是空气炸锅的相关笔记就超过了108万条,许多网友都在积极分享材料局限性小、过程简单易于操作的“懒人烹饪”食谱。在抖音上,小家电相关短视频也拥有15亿多次的播放量。

产品“护城河”仍待加固

“我是一个人租房住,想要给自己做



近期,各地政府先后出台了促进家电消费实施方案,发放了绿色家电消费券。与此同时,各家电制造、销售企业也纷纷推出了各自的优惠活动,消费者购买低能耗家电更加实惠了。江苏省针对能效标识为1级和2级的绿色节能家电商品进行专项补贴;广州市发放1000元面值的家电数码消费券,每满500元减100元,封顶优惠力度是消费5000元可减1000元;深圳市5—8月间对消费者购买符合条件的电视机、空调、冰箱、洗衣机、厨房家电、生活小家电等家用电器,按照销售价格的15%给予补贴,每人最高可补贴2000元……

销售企业也纷纷推出节能家电优惠政策。记者看到,北京国美与北京大中针对一级和二级能效产品优惠200元—800元;北京苏宁易购自今年4月至9月,每月18日消费者领取政府“北京绿色节能消费券”的同时,企业将等额配比补贴……另外,记者在各大电商平台上看到,很多家电产品的宣传海报上都用了“一级能效、节能环保”“下单就优惠”的宣传用语。

鸿瀚投资公司家电投资分析师李晓峰对记者说,消费补贴对于换新消费能起到“催化剂”的作用,对于消费者来说,可降低购买成本、提高购买欲;对于企业来说,可以促进销售增长,整个市场会因此活跃起来。记者在多家电商平台看到,平台免费提供上门拆卸旧家电及搬运的服务,同时在回收旧家电时还给予不同金额的回收费。家电制造商纷纷推出以旧换新送补贴的活动,补贴从100元至800元不等。记者算了一笔账,北京消费者如果领取了绿色消费券,然后再参加以旧换新活动补贴,加上旧家电回收费,买一件4000多元的家电可以优惠四五百元。

据了解,我国居民家庭存在大量超期服役家电。以旧换新活动的开展不但可以实现节能减排,降低家电使用的安全风险,还能有效提振消费。

全国家电标准化委员会清洁器具分会秘书长鲁建国对记者说:“使用超期服役家电的危害很大,首先,安全风险提高,由于家电长期使用,绝缘材料老化,加之外界污染,电气间隙减少,导致存在电线或带电部件可能发生短路,引发触电或火灾的危险。其次,产品性能下降,能耗提高,增加使用成本。最后,超期服役家电噪声增大,也会影响身心健康。”

电子视像协会副秘书长彭影健表示,当前,我国家电和消费电子产品已经从普及消费阶段过渡到更新消费阶段,产品的“生命周期管理”变得尤为重要。更新换代周期的长短直接决定了市场的规模大小。按照国际及国内标准,家电产品的安全使用期大约为7—8年,但国人消费观念较为传统,一般会把家电用到出现故障、难以维修为止,这个周期可能会长达10—15年。如果更新换代周期能缩减到7—8年,市场规模将扩大一倍。

在家电市场上,节能、智能家电新品不断推出,技术不断迭代,商品品种日益丰富,消费者尤其是年轻消费者对于这类家电抱有极高的热情。绿色消费券、以旧换新补贴政策相继出台将释放更大的家电消费潜力。消费者对于家电产品能耗的关注度越来越高。据了解,“618”期间,苏宁易购消费者对于空调能耗和健康、智能等功效的关注度较高,“新风”“节能”“智能”三大关键词线上搜索量同比提升134%;京东平台智能马桶成交额同比增长5.6倍,其中,带有“水效”标识的节水马桶成交额同比增长8倍,带有交流变频工艺的节能浴霸成交额同比增长200%。奥维云网监测数据显示,2021年,新一代能效的冰箱与空调的销售额线上占比分别达到46.4%与58.1%,线下占比分别是71.5%与66.4%。

在消费者需求改变之时,市场上可供选择的节能智能化家电产品越来越丰富,质量性能越来越优异。鲁建国说:“目前,空调器、电冰箱、洗衣机、吸油烟机、电风扇、吸尘器、电饭煲等主要家电产品制造技术和智能化水平较高,产销量居世界第一,一部分产品质量达到国际先进水平。我国家电的物联网水平居世界前列,多数空气净化器、净水器、清洁机器人等具备联网功能。我国家电生产品类、产量、销售量以及出口量都居世界前列,空调器、电冰箱、洗衣机、吸尘器、电饭煲等主要家电产品均占世界总产量的60%以上。”

中国家用电器协会副理事长徐东生在接受记者采访时表示,目前,我国家电市场发展已进入智能化、高质量、场景化、体验式、服务型特点的新阶段。希望家电厂商能够积极进行消费教育,引导消费者淘汰超期服役产品,并以满足消费需求的创新产品及新技术赋能的创新商业模式,推动全新一



广告