

# 促消费政策频出 绿色智能化家电逆势增长

本报记者 蒋翰林 深圳报道

进入四季度，“十一”黄金周到来，“双11”“双12”等重要促销季也将相继到来，家电市场迎来新一轮消费复苏机遇。实际上，从

## 家电消费升级新趋势

打价格战的品牌越来越少，增加品牌溢价、技术溢价这样的高价值高利润的高端产品越来越多。

“十一”假期记者走访深圳多家家电卖场看到，满减、以旧换新等促销活动广告随处可见，商场的人流也较平时周末更多。比如在电视区域，各大品牌利用假期主推高端产品、首发产品，消费者付款时可享受厂家优惠、消费补贴等叠加优惠。店员向记者介绍一款国产彩电，“这款电视厂家优惠价1.1万元，使用消费补贴后9500元，叠加信用卡支付优惠可低至9200元。”

该店员介绍，现在很多消费者有升级换新的需求，他们将目光转向了价格更高的高品质、智能化家电。同时，10月是婚嫁季，新居、新婚人群成为家电消费的主力，消费档次也有明显提升。

“全屋智能家电和高端产品成套购买的订单比平时周末多了将近三成。”与此同时，家电企业将更多的优惠集中在推广绿色家电和高端家电上。店员具体介绍道，像创维、TCL大屏彩电、智能化产品卖得好，格力、美的的中央空调、新风功能空调的订单增多，全系成套购买量也不少。

10月7日，苏宁易购发布2022“十一”消费大数据，国庆长假期间，苏宁易购全国门店订单环比增长168%，绿色节能家电销售环比增长98%，智能家电家居类商品销售环比增长95%，其中智能门锁、智能猫眼、智能晾衣架销售环比增长分别达101%、113%、121%。

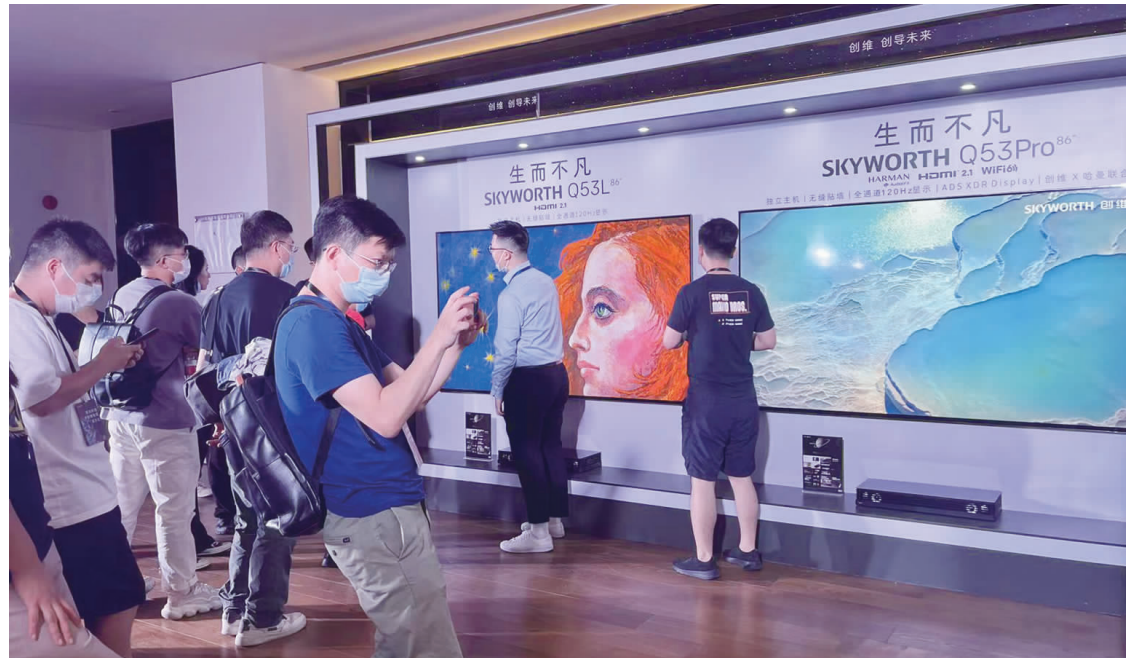
10月份以来，各地政府、家电企业促消费举措频出，家电消费市场明显升温。

近日，苏宁易购发布2022“十一”消费大数据，国庆长假期间，苏宁易购全国门店订单环比增长

168%，绿色节能家电销售环比增长98%，智能家电家居类商品销售环比增长95%。

在消费升级大趋势背景下，绿色化、智能化已经成为家电行业转型的重要方向。

受访专家向《中国经营报》记者表示，打价格战的家电商品会越来越少，增加品牌、技术溢价这样的高价值高利润的高端产品正越来越多，而头部家电企业已拥有明显优势。



创维电视10月推出智能化高端新品，受市场关注。

蒋翰林摄

家用投影仪、激光电视、75寸以上大屏彩电等升级类产品部分爆款型号有近两倍的增长，集成灶、蒸烤炸一体机、多功能蒸锅等集成化大厨电销售增速超100%。此外，国庆期间，苏宁易购全国门店一站式以旧换新用户数环比增长121%。

家电行业正在向绿色化、智能化转型发展。7月29日，商务部官网发布了《商务部等13部门关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》(以下简称《通知》)，共提出了开展全国家电“以旧换新”活动、推进绿色智能家电下乡、鼓励基本装修交房和家电租赁、加强度

旧家电回收利用等9条措施。

2022年8月，工信部、住建部、商务部、市场监管总局4部门联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》，方案总体要求，到2025年，在家用电器、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台。反向定制、全屋定制、场景化集成定制等个性化定制比例稳步提高，绿色、智能、健康产品供给明显增加，智能家居等新业态加快发展。

多地出台了相关落地政策与措施，如深圳对全屋智能家电、智能家用机器人等新兴家电予以15%的补贴；今年10月份起，上海

市商委、市发改委、市财政局正式启动上海市的“促进绿色智能家电消费补贴政策”，推出了财政总额限定2亿元补贴。

“今年以来家电市场呈现出的消费升级新趋势，主要是集中在节能化、网络化、嵌入式一体化、智能化。”资深产业经济观察家梁振鹏表示，因为现在家电产品的原材料、零部件成本明显上涨，导致家电企业都在大幅度压缩中低端产品的比例，明显在增加高端产品的比例。他指出，打价格战的品牌越来越少，增加品牌溢价、技术溢价这样的高价值高利润的高端产品越来越多。

## “懒人经济”“宅经济”带动 家电企业抢跑新兴赛道

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

在“懒人经济”“宅经济”等消费热点带动下，家电企业正纷纷发力绿色智能、清洁电器等新兴赛道。

线上渠道则成为各大家电品类的主要增长渠道。冰箱、冰柜、洗衣机、干衣机和空调等大家电以及油烟机、集成灶、洗碗机等厨卫电器线上渠道的表现都优于线下渠道。其中，集成灶线下和线上渠道分别增长43.46%和67.32%。在清洁电器中，扫地机器人、洗地机实现了全渠道销售额同比增长。

另据奥维云网最新数据，2022年第39周，国内线下家电市场销额同比下降8.02%，销量同比下降

19.46%，均价同比增加12.5%；国内线上家电市场销额同比增加20.44%，销量同比增加12.44%，均价同比增加7.11%。

对于洗地机等新兴赛道家电产品受追捧的原因，添可电器有限公司(以下简称“添可”)相关负责人告诉《中国经营报》记者，改善型家电受到追捧其实是用户对更精致、更智能生活追求的体现。“随着居民消费能力提升与主要消费人群改变，消费者的需求不断提升，并且愈发‘具象化、精细化’，‘懒人经济’‘宅经济’得到飞速发展的同时，年轻人也成为消费市场的主力军，越来越追求生活的仪式感、精致感。”

## “新家电”品类逆势热销

在刚过去的国庆节“黄金周”，集成灶、洗碗机和洗地机等新兴赛道产品成为家电销售市场中的一抹亮色。

日前，记者在实地走访中了解到，上海市各大家电卖场在国庆节期间均推出了优惠促销活动。据上海市某大型连锁家电卖场销售人员介绍，消费者目前在线下门店购买家电产品可以使用“爱购上海”消费券，同时可通过上海市“促进绿色智能家电消费补贴政策”获得相应优惠。

此外，线上各大平台也推出了各品类家电优惠券。“每满300减40，每500用30”的宣传标语被放在了电商平台最显眼的位置。

在优惠补贴力度加大的情况下，部分地区家电市场迎来了一波销量小高峰，其中厨电家电和清洁家电品类等“新家电”的增长率较高。据奥维云网数据，上海市、成都市等地国庆节期间的厨电家电品类分别增长了10.4%和7.1%。

值得注意的是，厨电新兴赛道中的集成灶表现抢眼，在今年第39

周，集成灶市场规模达到0.1亿元，较2021年同期增长了43.6%。另一新兴赛道洗碗机总体表现欠佳，今年国庆节期间，洗碗机品类在线上及线下销售规模与“五一”劳动节、“6·18”期间相比均出现了不同程度的下滑。其中，国庆节期间，洗碗机线下市场零售规模较2021年同期下降了26%，零售额则同比下降了24.3%。

对于集成灶品类销量在国庆节期间实现大幅增长的原因，杭州老板电器股份有限公司(以下简称“老板电器”，002508.SZ)方面认为，这得益于集成灶等产品开始慢慢被消费者接受和认可。“这是很重要的市场改变，当前多个品牌也在市场端发力营销，所以整个集成灶品类呈现出快速增长的态势。”

国信证券研报也分析认为，集成灶行业近期虽然受到新冠肺炎疫情波及，但行业高景气度有望在疫情好转后快速恢复。“在当前稳增长背景下，厨电行业在疫情好转后的需求弹性较大，盈利端有望同步改善。”

## 瞄准全新市场需求

以集成灶、洗碗机和扫地机器人、洗地机等为代表的新兴厨电、清洁电器产品销量实现逆势增长，得益于企业端对本土市场需求的深入探索和产品技术的不断优化。

据奥维云网最新统计数据，今年1~8月，洗碗机精装规模套数达到了27.13万套，较2021年同期下降14.9%，但配置率达到了28.5%，较2021年同期增长了10.8个百分点，但配置率整体上仍处于低位。

对此，老板电器方面表示，洗碗机在国内市场的渗透率较低主要是由于国内用户的需求呈现差异化，“既要洗得干净，还能省水省电，又要装得进去，烘得干，能消毒。”

由于洗碗机的特定需求属性，家电企业在产品端也开始着手推进产品更新，更注重国内消费者的需求，这也成了家电企业制胜市场的法宝。“2021年，我们

共推出了5款洗碗机产品，整体市场份额最高达到20%，全年的市场占有率为17%，而此前还只是个位数。”在老板电器方面看来，由于产品符合国内用户需求，公司推出的几款产品改变了整个洗碗机市场格局。“目前，德国友商的市场份额已从原来的60%下降到约40%，整个市场格局变化是非常大的。”

老板电器方面进一步表示，针对国内用户的洗碗机产品要实现差异化竞争，应当聚焦于中国化、强性能和多功能三个方面。洗碗机的产品应当依据中国消费者的需求进行重新设计，并在此基础上完善洗净等性能，同时需具备烘干、储存等多种功能。

除了洗碗机等厨电产品外，清洁家电中的洗地机、扫地机器人等改善型家电也在整个家电品类中脱颖而出，受到消费者追捧。相关统计数据显示，今年国庆节期间，包括洗地机在内的清洁电器销售

## 低碳智能受关注

家电新兴赛道火热，离不开家电企业在全产业链中倾注的精力。

目前，绿色、低碳、智能是家电行业热议的话题，同时也是消费者关注的重点。据了解，根据上海市商委、发改委、财政局发布的消息，今年国庆节期间，上海市实施了“促进绿色智能家电消费补贴政策”，补贴总金额为2亿元。

上海市商委方面表示，此举旨在通过对消费者购买绿色智能家电给予一定补贴，推动家电以旧换新，扩大绿色智能家电的消费规模。

面对政策利好和消费需求的扩大，相关企业也在快马加鞭升级产品。记者从老板电器方面了解到，老板电器在今年8月底发布了数字厨电初代产品。据介绍，该款被称作ROKI的AI数字厨电系统能够让厨电产品变得更加科技化。

老板电器方面表示，“更好地赋能于人”是打造该烹饪系统的生活方式。“未来，老板电器将持续研究，不断扩大中式烹饪曲线数据库，加强数字化、智能化等技术在厨电领域的应用，帮助用户实现高端智能节能的厨房

## 多地政策利好频出

政府与家电企业推出各类补贴方案，有望成为下半年的重要催化因素。

10月的家电促销、补贴举措并未止步于国庆假期。10月7日，深圳市商务局发布《“乐购深圳”消费电子和家用电器购置补贴使用指引》的通知，明确自2022年10月8日起，分三轮实施“乐购深圳”消费电子和家用电器购置补贴活动。消费者购买指定的消费电子和家用电器，最高将按照销售价格15%给予补贴且不超过2000元。

据悉，备受消费者青睐的家电品牌涉及格力、海尔、卡萨帝、美的、海信、创维以及华为等多个品牌厂商，均参与本次补贴活动。

实际上，近期多地都出台了促进家电消费的措施。8月31日，广东省出台《广东省加大力度持续促进消费若干措施》，提到开展家电“以旧换新”活动，鼓励各地市在9月1日至11月30日开展家电“以旧换新”活动，省对各地市活动实行奖补政策。

据了解，广东鼓励各地市在9月1日至11月30日期间开展电视机、空调、洗衣机等八大类家电“以旧换新”活动，给予消费者家电销售价格10%、每件家电500元以内的补贴。同时，政府补贴与企业让利叠加，家电销售企业本身开展“以旧换新”回收废旧家电应发放给消费者的补贴照常发放，形成“政府补贴+企业让利+旧机补贴”叠加效应，最大限度让利优惠消费者。

在刚刚过去的国庆长假，广东省9个市已经推出了家电“以旧换新”活动。据不完全统计，短短7天，家电“以旧换新”已达1.2万余台。

东海证券认为，近期广东省针对以旧换新出台奖补政策，上

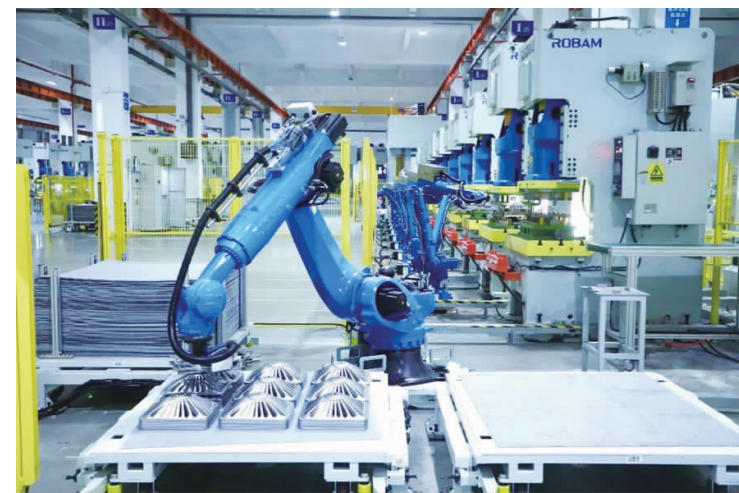
海、天津等多地发放消费券，预计促进绿色智能家电消费的政策将继续落实。虽然消费行为受多方因素影响，具体拉动效果仍有待观察，但产品上新与“双11”大促有望成为下半年的重要催化因素。

除了政府补贴，不少家电企业也陆续推出补贴方案，包括外部的换新补贴、消费券等持续加码。格力电器9月30日发布的消息显示，“十一”期间将开展“金秋焕新季”以旧换新福利活动，任意品牌空调、洗衣机、冰箱均可参与，接受多品类互换，线上线下一同发力，免费上门回收新装，新机旧机均有补贴。

美的集团此前宣布，将在全国发放总价超1亿元的绿色换新补贴券，购买指定型号绿色智能家电可直接抵扣，享受优惠，而且可与其他优惠叠加使用。如对于参加以旧换新的消费者，用户最终购机优惠价格将是绿色换新券、以旧换新专项补贴、旧机残值3项优惠的叠加。

产业观察家、钎科技创始人丁少将表示，大部分家电品类处于存量市场发展阶段，消费以焕新升级性需求为主，高端化、套系化、智能化、场景化成为当前家电消费新动向。对于综合性家电企业来说，要把握AIoT浪潮下智能家居的产业和消费趋势，在智慧场景和生态服务方面做宽、做深。

“对于垂直类家电企业来说，要注重打造技术护城河，在消费者心目中寻求建立‘品牌即品类’的认知。另外，可以把握新冠肺炎疫情背景下海外市场需求激增的发展机会，实现国内国际两条腿走路。”丁少将指出。



随着绿色智能等概念的兴起，家电企业正加强数字化、智能化等技术在厨电领域的应用。图为老板电器未来工厂的数字化制造生产线。 本报资料室/图

额同比增长超过了100%。

在今年“6·18”后，包括石头科技、科沃斯、云鲸和追觅等品牌在内的产品销售价格均有300~1200元的降幅。受主流品牌降价以及新品“加量不加价”策略影响，扫地机销量的同比下滑幅度开始逐月收窄。

与此同时，家电企业也在洗地机等清洁电器赛道中选择拓展中高端市场。据《2022全球清洁电器产业发展白皮书》，在平价单品性能提升和品牌激烈趋势下，行业竞争维度更多地将转到

价格层面。

对此，添可相关负责人告诉记者，我国中产阶级稳步增长带来了经济变革和消费转型，用户的智能化、品质化、高端化需求不断增长为中高端市场带来广阔的空间。“高端化转型是市场的必然选择。”

据介绍，添可已搭建了从清洁家电到健康烹饪等方面的生态体系。“目前，添可已实现人与环境、人与美食、人与美丽、人与健康的智能化生活品质提升，持续成为引领家电行业发展的增长引擎。”添可上述负责人表示。

体验。”

此外，老板电器还在制造端引入了“未来工厂”。据老板电器“未来工厂”厂长俞佳良介绍，“未来工厂”达到了显著的“降本增效”成果：产品质量提升至99%，生产效率提升45%，产品研制周期缩短48%，生产成本降低21%，运营成本下降15%。

除智能化外，节能环保也是未来家电产品的发展趋势之一。老板电器发布的《2021ESG报告》显示，老板电器已推出了一级能效、能耗更低的强力洗碗机，实现了节水节能，同时配备了中央净化系统与新风系统，能够在实现

节能减排的同时，让用户的生活环境减少油烟污染。

添可相关负责人也告诉记者，节能环保也是添可食万系列产品的重要一环，目前添可的IH立体式智能加热技术热效率高达81%，可以有效减少能源浪费，化石能源消耗大幅降低，对于国家碳达峰、碳中和具有深远意义。

“未来，添可将进一步围绕智能清洁、烹饪料理、个人护理、健康生活等场景方向，加速从产品科技向场景科技的跨越，横向打通不同圈层的梦想生活。”添可上述负责人表示。