

2018年1-6月

中国家电市场分析及下半年消费趋势报告



中国电子商会
消费电子产品调查办公室

2018年8月



Contents

目录

01

上半年中国家电市场分析

02

主要家电产品发展趋势

PART ONE

01

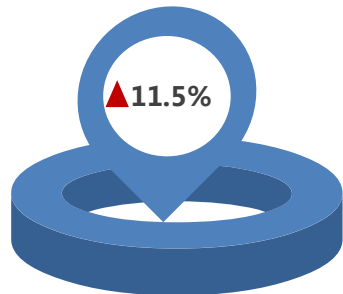




2018上半年国内经济缓中趋稳 整体向好

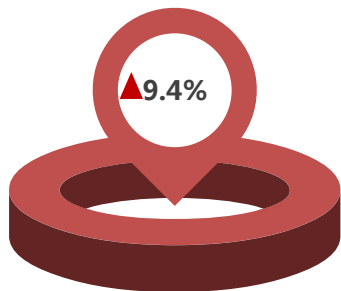


进口



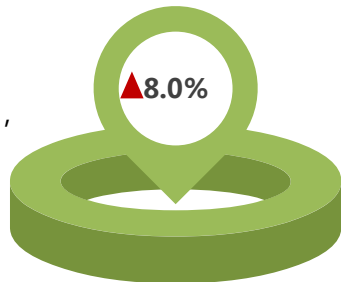
货物进口总额6.6万亿元，增长11.5%，1-5月份服务进口增长11.4%；进口的增加说明国内的需求还是比较旺盛。

消费



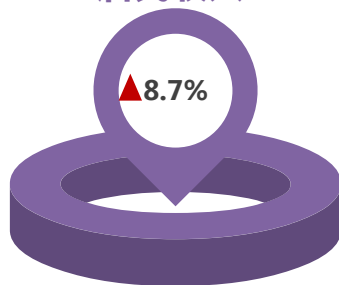
社会消费品零售总额18万亿元，今年上半年社会消费品零售总额增长速度是9.4%，分季度来看，一季度增长9.8%，二季度增长9.0%。

服务业



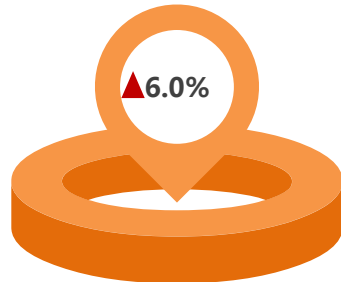
全国服务业生产指数同比增长8.0%，1-5月，规模以上服务企业应收同比增长13.3%，上年同期加快0.2个百分点。

居民收入



全国居民人均可支配收入14063元，同比增长8.7%。城镇居民人均可支配收入19770元，同比名义增长7.9%，农村人均可支配收入7142元，同比名义增长8.8%。

投资

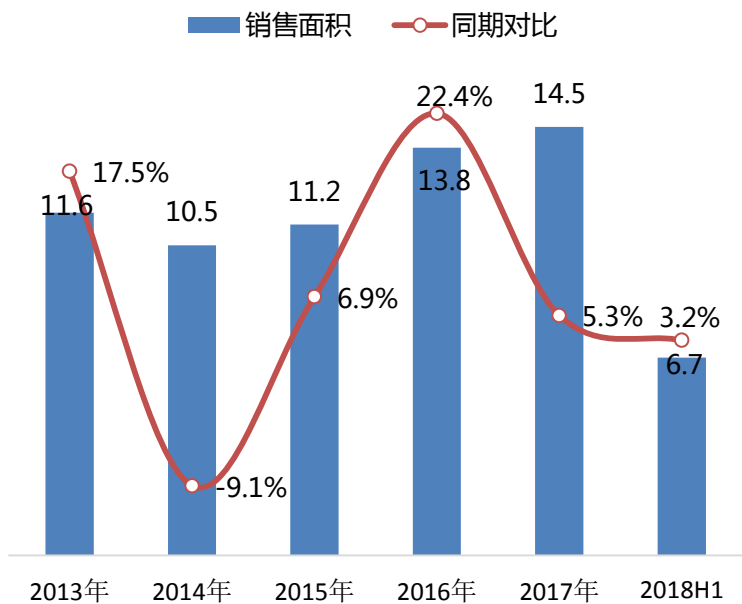


全国固定资产投资29.7万亿元，同比增长6.0%，第一产业投资增长13.5%，第二产业增长3.8%，第三产业增长6.8%。



2013-2018年全国商品房住宅销售面积

单位：亿平方米



数据来源：国家统计局

更新需求·1

故障产品进行替换
的更新需求

更新需求·2

家电升级换代的更
新需求

更新需求·3

搬迁后购买新品的
更新需求

新增需求·1

添置新品类的新增
需求

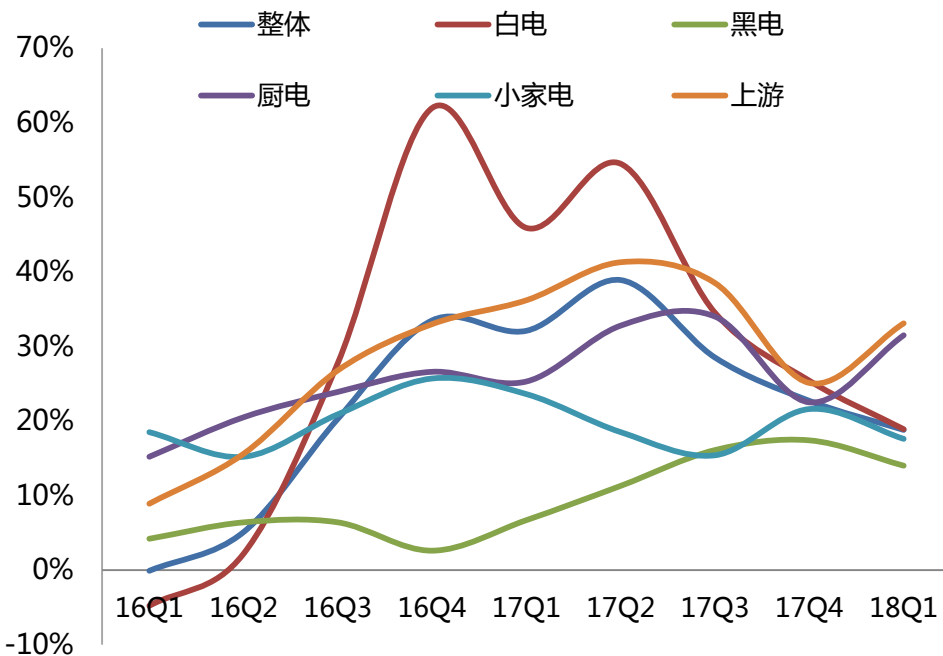
新增需求·2

购置新房带来的新
增需求



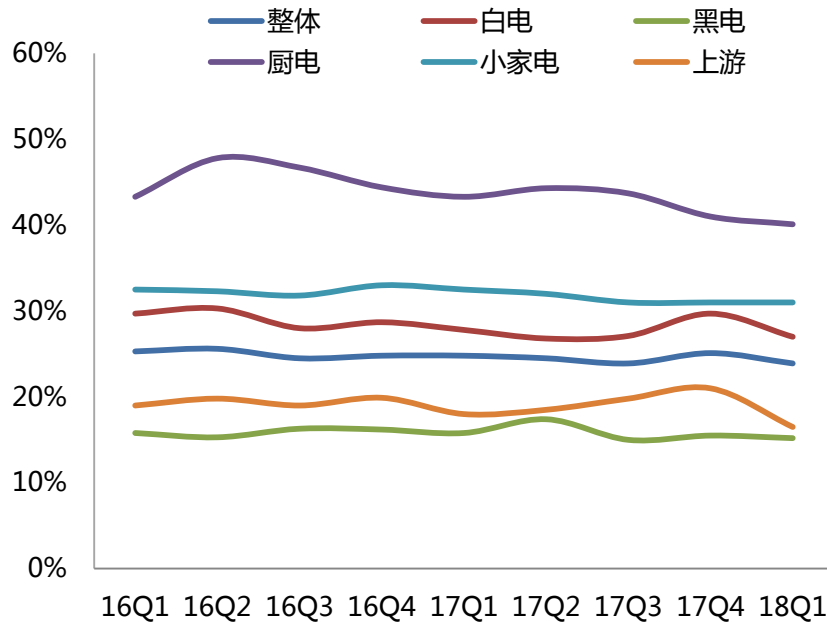


家电行业各子行业营业收入增速变化



分子行业来看，白电营收出现明显收紧态势，厨电/小家电增速相对平稳

家电行业各子行业毛利率变化

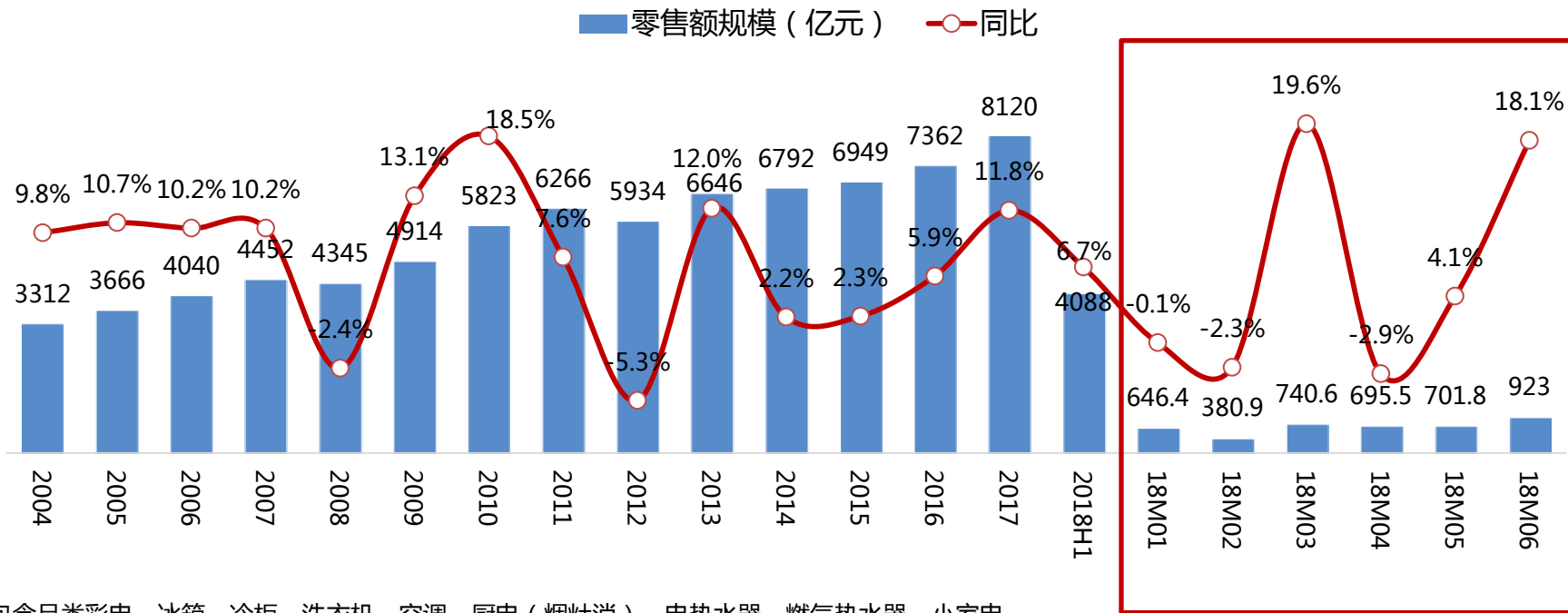


分子行业看盈利能力，通过调价，行业成本压力逐渐下降，但汇率升值对出口业务形成较大冲击。白电/厨电龙头毛利率受收入结构/结算模式等变化扰动，但行业整体平稳



市场整合期 2018年中国家电零售业“低速”前行常态化

历年中国家电市场全品类零售额规模及变化（不含3C）



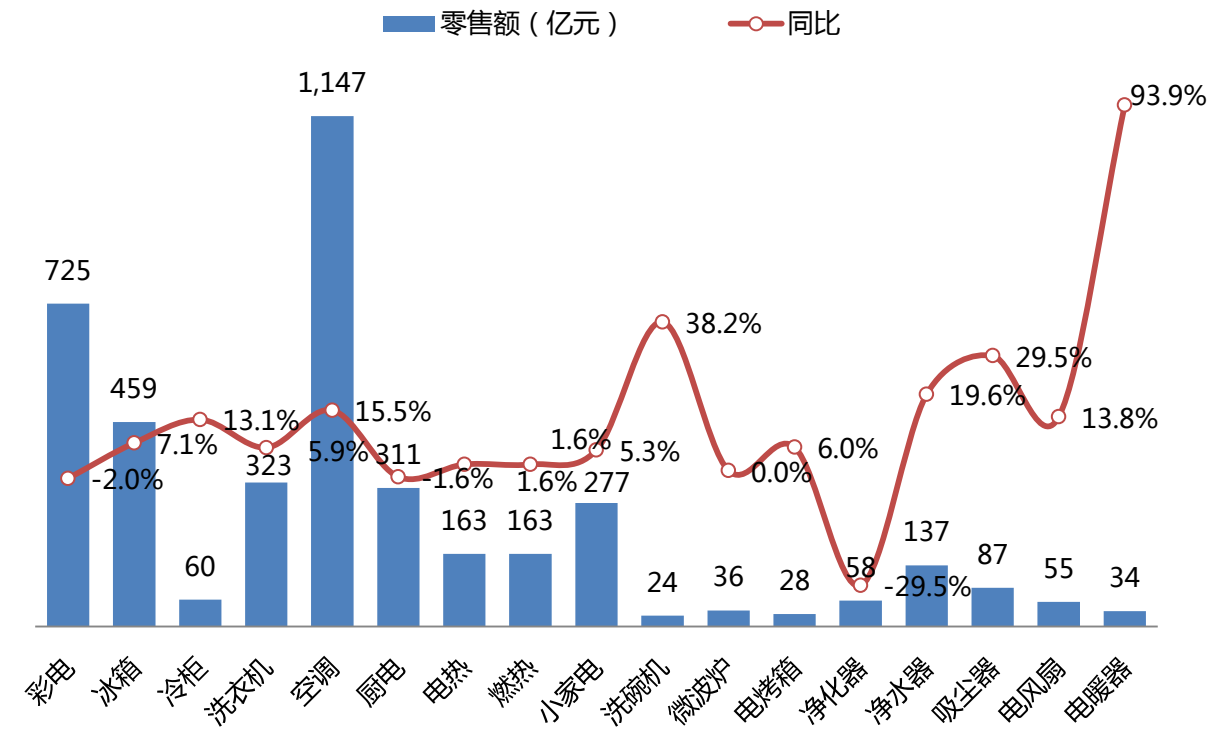
注：包含品类彩电、冰箱、冷柜、洗衣机、空调、厨电（烟灶消）、电热水器、燃气热水器、小家电（煲磁压豆料水榨）、洗碗机、微波炉、电烤箱、吸尘器、净化器、净水器、电风扇、电暖器

数据来源：奥维云网（AVC）全渠道推总数据



白电增长超预期 厨电下滑、新兴品类增速放缓

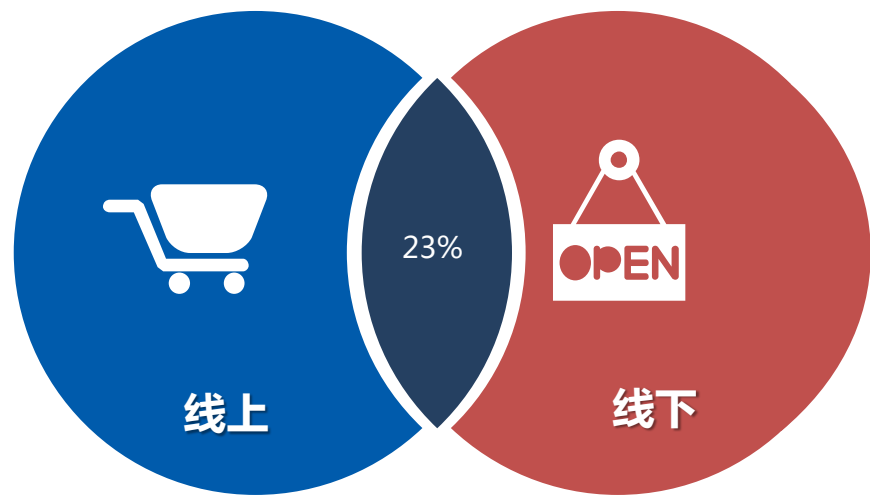
2018H1中国家电市场规模及同比情况



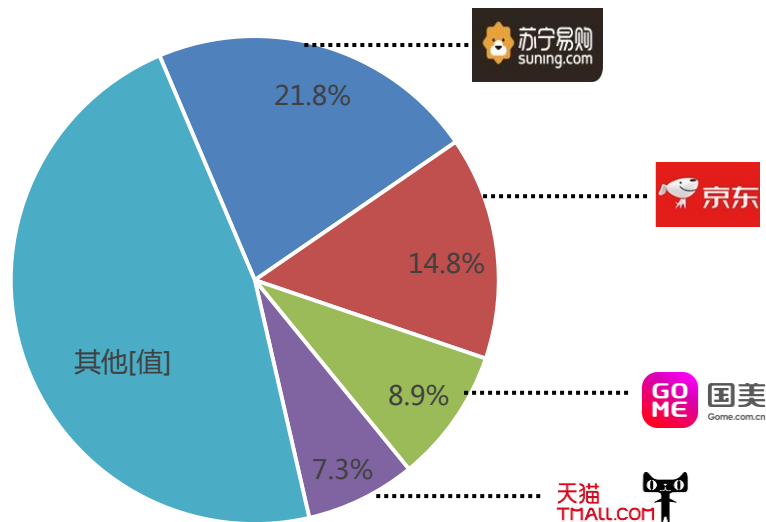
品类	市场现状
冰洗	从增量市场向存量市场转换（冰洗大同小异）； 冰箱市场完全转为存量，一二级市场品质升级，三四级市场容量提升； 洗衣机市场农村仍有增量空间；干衣机市场发展速度增快
空调	从普及需求到增量+存量并行； 城镇市场挂机向柜机升级，定频向变频转换； 农村市场仍有普及空间
厨电	从普及需求到增量+存量并存阶段； 城镇市场从封闭厨房向开放式厨房转变，同时带动洗碗机、嵌入式家电发展； 农村市场仍存在增量发展空间
小家电	从普及到需求升级； 传统品类技术升级，IH，方形压力锅等技术凸显； 新兴品类在消费能力提升下得以普及
环境家电	普及需求开始；消费者对空气净化器、净水器产品选择心理作用较大
热水器	电热整体处于下坡阶段，不过三四级市场太阳能转电热机会明显，城市周边电热转燃热，太阳能转燃热处于上升期，城镇换新，农村煤改气等措施，有助于热水器行业增长。



中国家电行业销售渠道发展趋势



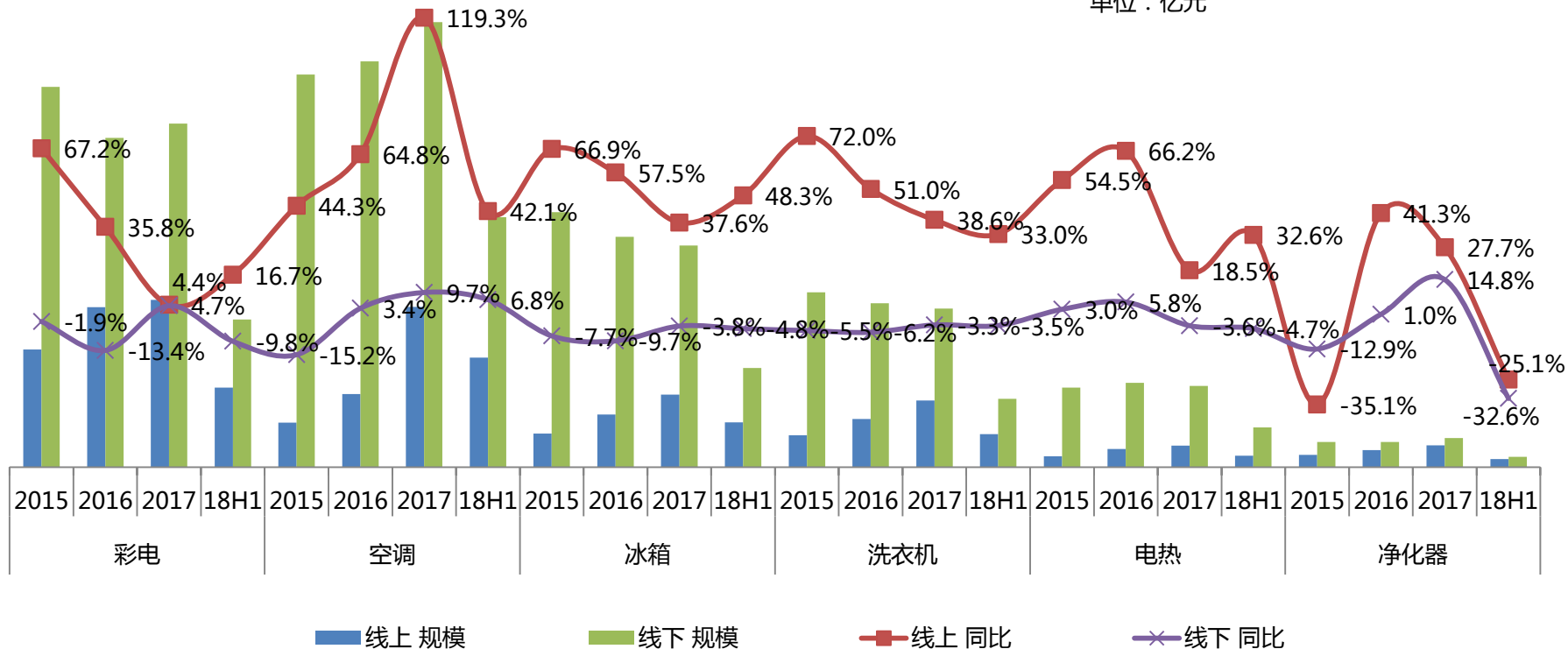
2018上半年中国家电行业全渠道销售额占比



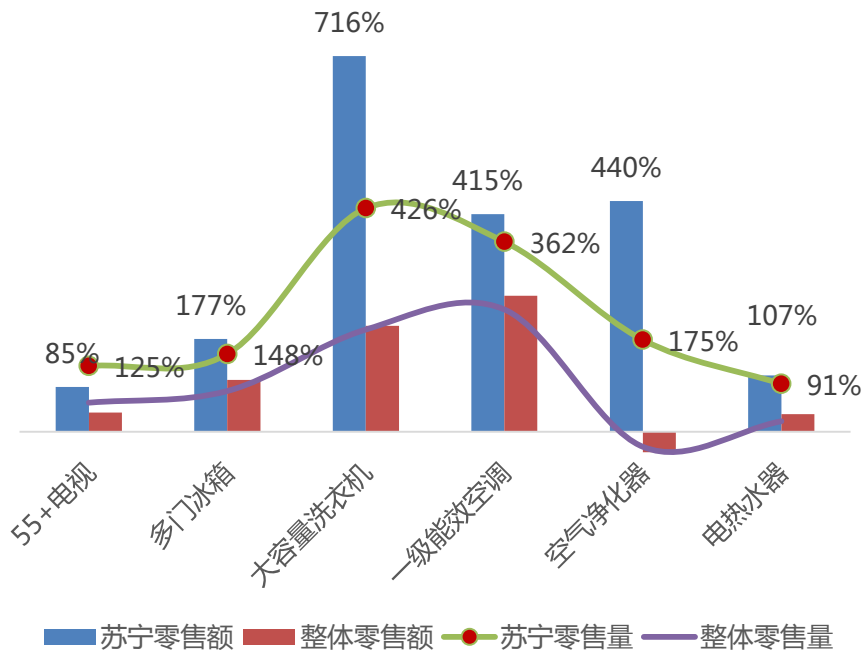


2015-2018年主要家电产品国内销售规模及同比

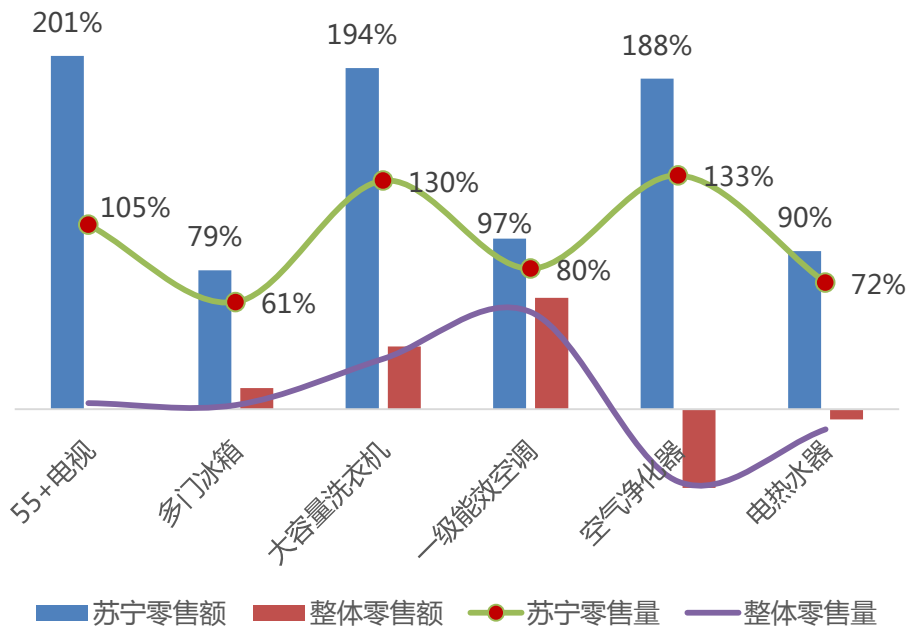
单位：亿元



2018H1主要家电品类线上规模同比增长率



2018H1主要家电品类线下规模同比增长率



主要家电品类，中高端市场线上/线下规模增速，苏宁易购高于行业平均水平

备注：大容量洗衣机指8.5KG及以上



中产崛起 消费者愿意为“好产品”和“好服务”买单

20世纪60-70年代

1st

消费升级—温饱型



三转一响

20世纪90年代

2nd

消费升级—小康型



冰洗彩空

21世纪~

3rd

消费升级—轻奢型



人工智能

趋优消费 良好体验+品质服务助推苏宁易购市场规模快速增长

购物

- 专家V购：在线预约门店金牌导购，提供1对1全程陪同、全套家电定制服务，也可在线咨询门店专家人员。
- 贵就赔：收货前及收货次日起七天内，同一城市同一销售渠道售价低于购买时的价格，差价以自营无敌券形式返还。

配送

- 86元免基础运费：自营商品，订单金额 ≥ 86 元，免基础运费。
- 送装一体：如商品页面带送装一体标识，即可享送装一体服务。

售后

- 先行赔付：平台按照先行赔付原则仲裁顾客争议。
- 999免鉴定：自营的生活电器，自收货次日起15日内，商品存在质量问题999元内可无需鉴定即可退换货。

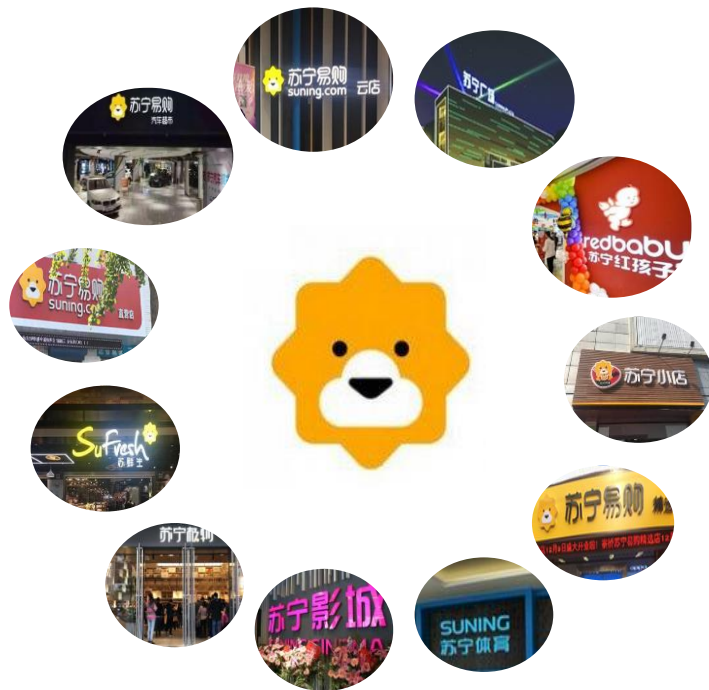
其他

- 送新拖旧：提供以旧换新，旧家电免费上门回收服务。
- 测甲醛：新装修客户购买家电套餐可享有有偿测甲醛服务。

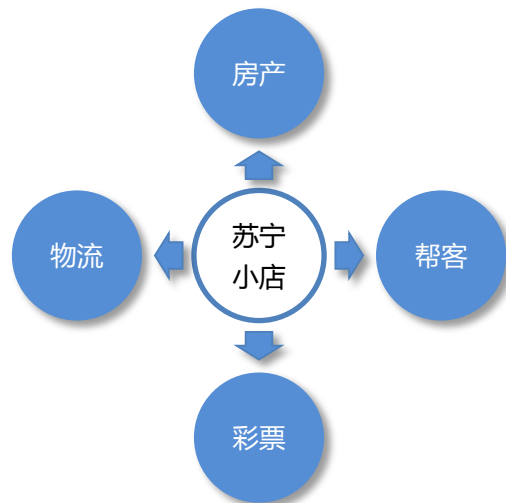
+44.63%

2018年1-6月，苏宁易购商品销售规模为1513.19亿元（含税），同比增长44.63%

以场景互联为核心模式 苏宁实现快速裂变



苏宁合计拥有各类互联网门店近6000家，其中苏宁易购直营店2392家，苏宁零售云店765家
仅2018年上半年，苏宁累计新开店2000+



$1+1>2$

苏宁小店是智慧零售战略性布局版块，真正打透离消费者最近的最后一公里



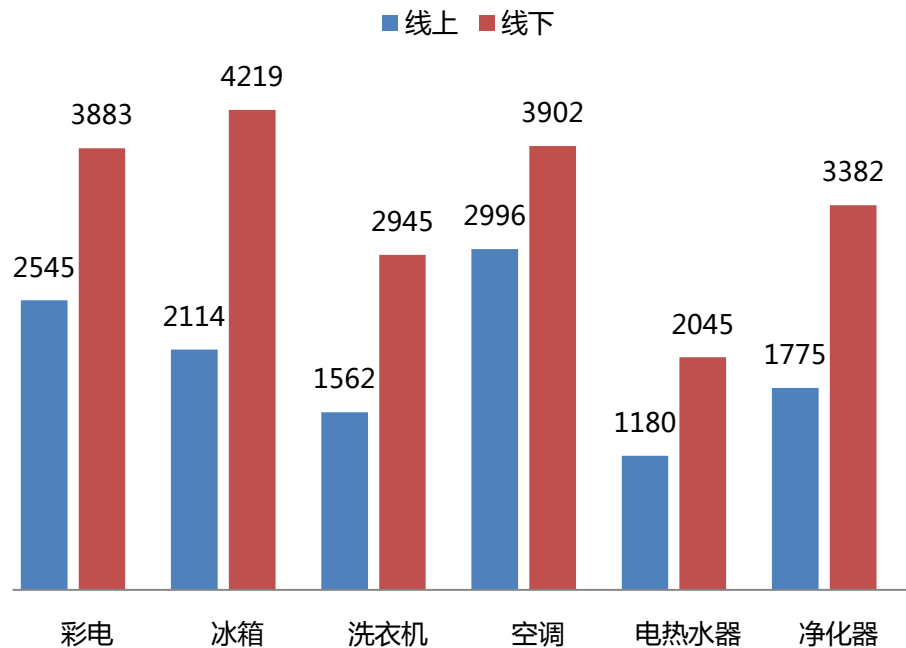
通过与合作伙伴跨界，大润发、天猫、万达、咪咕使得消费者个性化喜好的满足将不再局限于给自的场景、空间，为消费者打造多方交互，获得沉浸式体验



家电价格不同层级市场差异明显 线上变化幅度大于线下

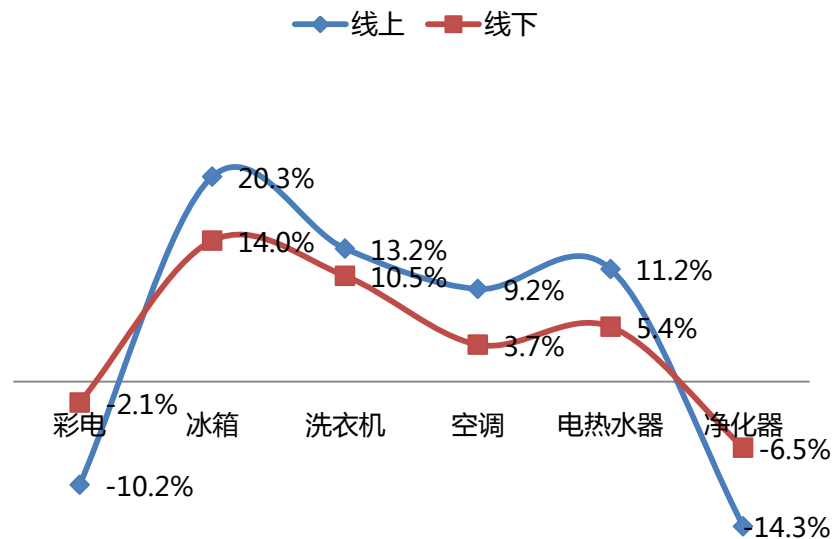
2018H1主要家电产品线上线均价

单位：元



2018H1主要家电产品线上线均价同比变化

单位：元



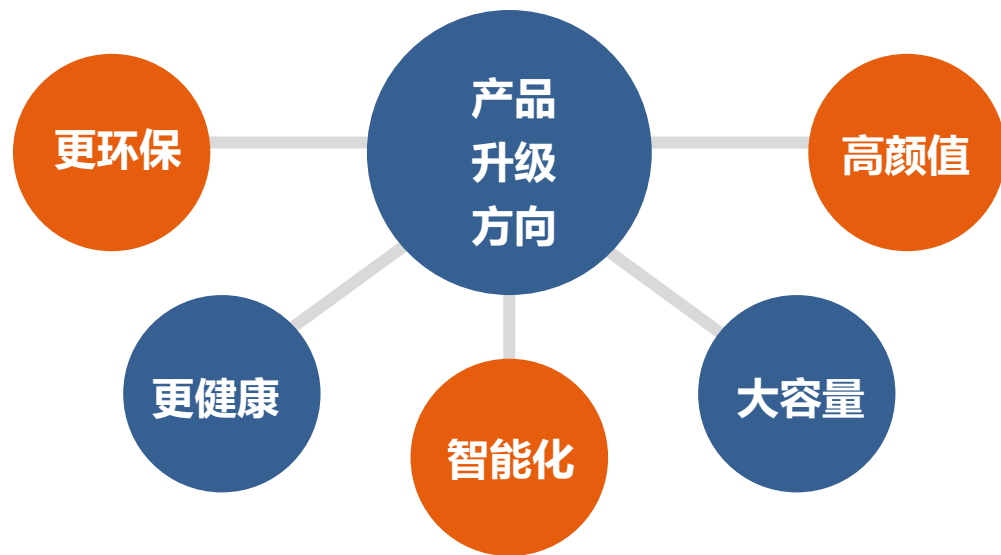
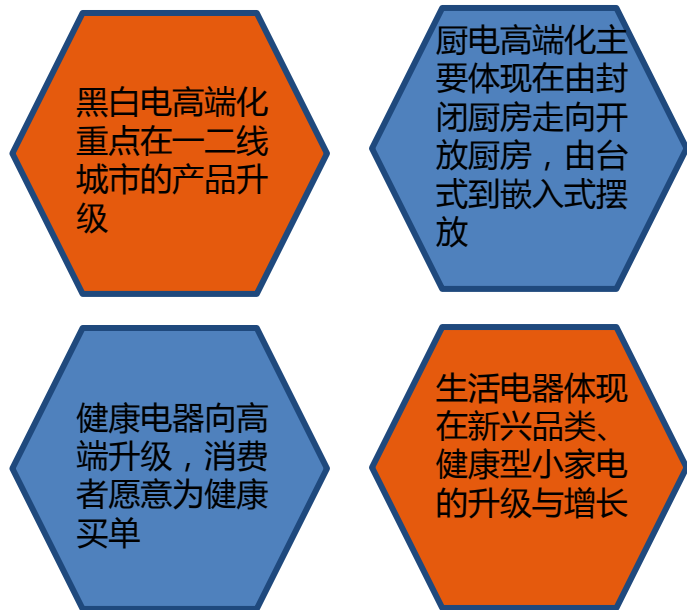
PART TWO

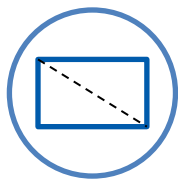
02





消费升级背后：各品类发展阶段不同 产品高端化升级的重点不同





大尺寸化

- 2018年平均尺寸接近50英寸
- 2018年销售面积将大幅增长
- 激光电视推动超大屏的发展



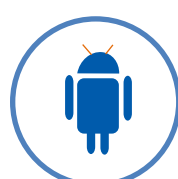
极致显示

- 量子点技术，带来极致的显示效果，让显示更接近真实
- OLED也持续的实现突破与创新



科技美学

- S-slim引领极简设计带来的艺术美感
- 全面屏带来更好的沉浸感以及科技感
- 柔性显示给电视的外观带来更多发展空间



智能交互

- 智能交互的便捷性
- 智能内容的丰富性
- 智能化的人文关怀

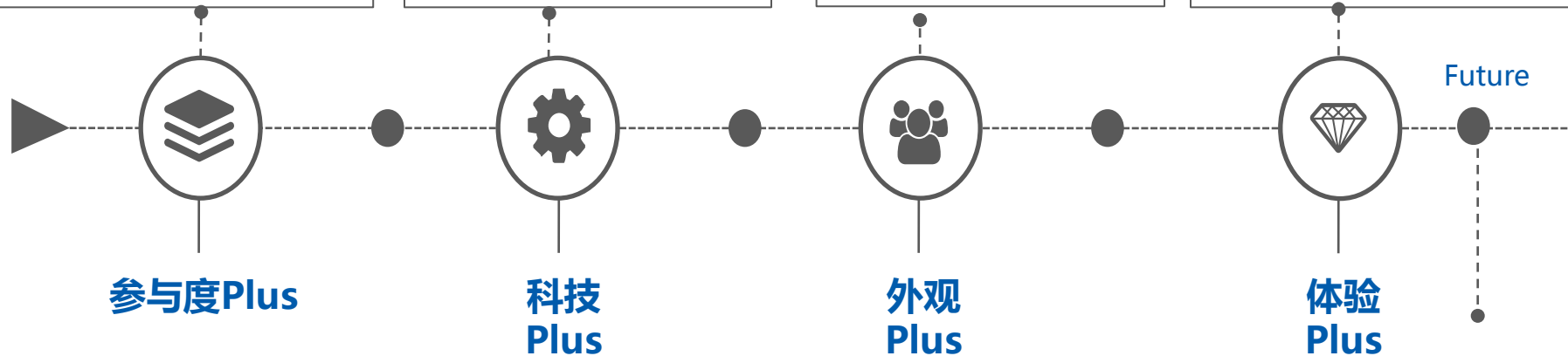
白电：“4Plus”趋势主导白电高端升级

- **2018年高端滚筒洗衣机**市场SKU数量：386，同比增加31；
- **2018年高端冰箱**市场SKU数量：299，同比增加58；
- **2018年高端空调**市场SKU数量：996，同比增加38；

- 超大筒径、变频双驱、分区多筒纳米级除菌洗衣机；
- 超薄箱体、底部散热、多重循环系统独立送风
- 变频、节能环保、智能控温，语音交互；

- 高端材质+艺术化设计
- 嵌入式/自由嵌入式、一体式设计
- 彩晶玻璃、金属拉丝面板
- 材质注重质感，外观颜色简洁时尚，回归自然

- 健康体验-多重除菌功能；
- 高效体验-洗烘效率提升
- 保鲜体验-食材长时间新鲜；
- 舒适空气-分段送风，立体环绕；
- 健康空气-空气净化、干湿度

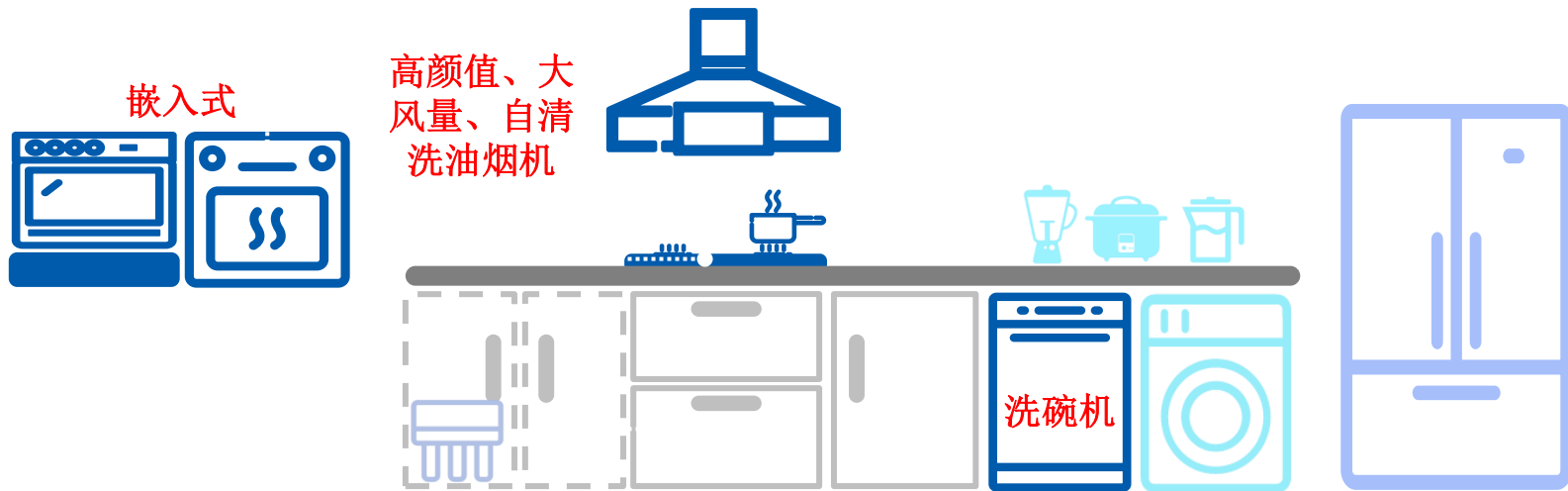




厨房电器：高度适应房屋格局的嵌入式兴起 自由嵌入式成新风尚

一二线城市房屋面积、格局受限，嵌入式产品空间利用充分，外观整洁大气；

家装、建材市场套购呈增长趋势，嵌入式产品借势增长空间巨大；

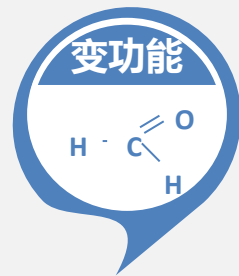
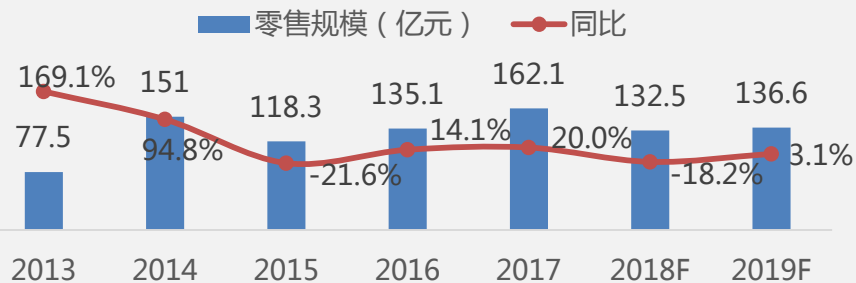


提高客单价

品类间相互引流

企业提高渠道纵深

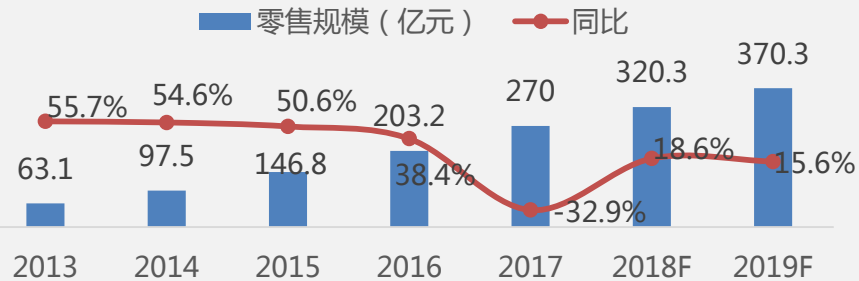
净化器：从恐惧消费到理性消费



转变主打功能：除甲醛

雾霾减缓，继续主打“除霾”功能已不合适，发展多污染物协同净化技术是未来方向。室内空气中污染物的种类多样，但目前最能引起消费者共鸣的莫过于甲醛污染。

净水器：从品质需求到刚性需求

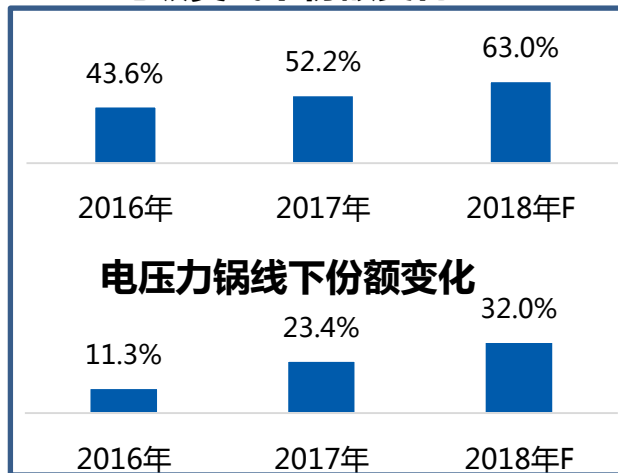


转变消费诉求：家用净水器

消费者健康饮水意识已经提升，净水市场增速可观，短期内将依然会保持较高水平。渠道方面，净水器品类全渠道均保持了高速的增长态势，从现阶段表现来看，三四级市场潜力快速释放。

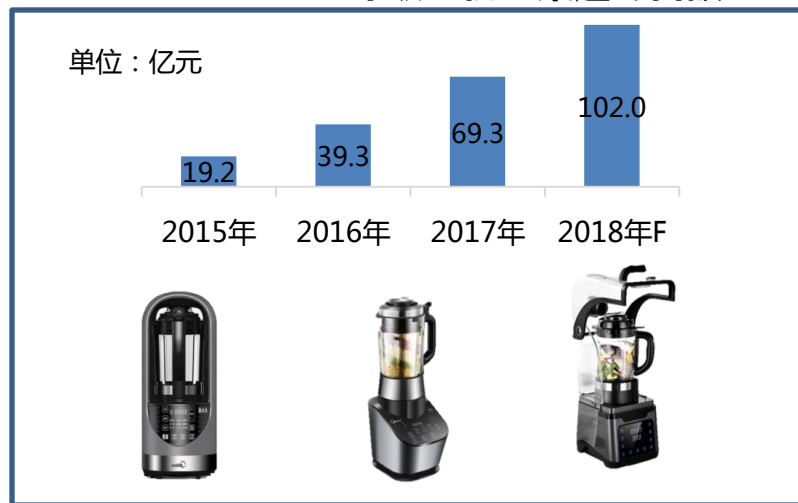
近几年电压力锅紧随电饭煲的脚步，IH带动电压力锅千元以上市场大力发展，使得电压力锅进入春天。苏宁易购IH电饭煲线上零售额、零售量分别增长1527%、585%，走在了全渠道零售的前列。

电饭煲线下份额变化



破壁机作为一个新兴品类近几年进入消费者的视线，因其功能齐全，可替代豆浆机、榨汁机等，即使价格高昂，进入市场后其规模大幅增长，逐渐成为小家电中一枝独秀，预测2018年破壁机市场将会破百亿。

2015-2018年破壁机全渠道零售额



A background image showing a business meeting. Two people in suits are seated at a table. One person is holding a pen and pointing at a tablet held by the other. On the table are a laptop, a glass of water, and several documents with charts and graphs. The image is partially obscured by a diagonal white and grey overlay.

THANKS!

中国电子商会消费电子产品调查办公室

联系电话：010-58220356

传 真：010-58220359

**联系地址：北京市朝阳区曙光西里甲1号第三置
业A座2207-2208**