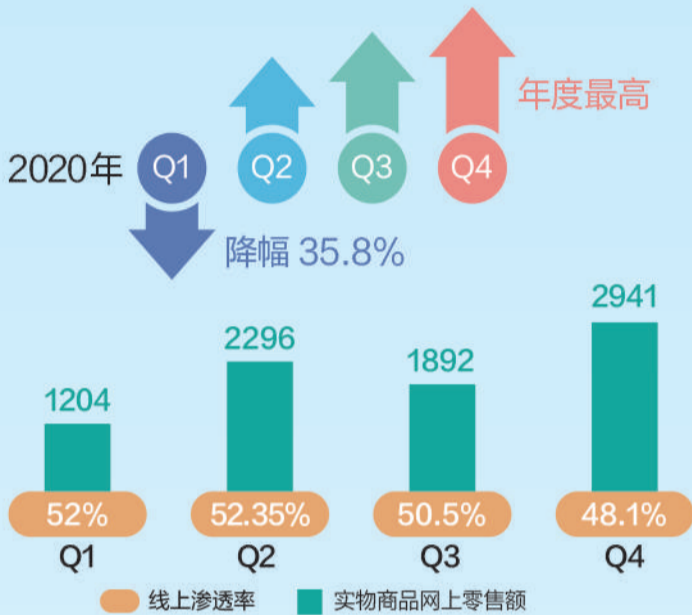


家电行业韧性足 线上消费受欢迎

作为提升居家生活质量、满足人民美好生活需求的重要产品,2020年家电消费经历了整体先抑后扬、线下零售向线上转移等过程。在产品供给端,新品种多、新功能强、新趋势足,让人眼前一亮;在营销端,直播带货盛行、社群营销走俏,给行业带来了新动力。总体来看,家电行业韧性强、活力足。

家电市场逐步好转



2020年中国家电市场分季度零售情况 (单位: 亿元)

注: Q1、Q2、Q3、Q4 分别为第一季度、第二季度、第三季度、第四季度, Q2、Q3 为修正后的数据

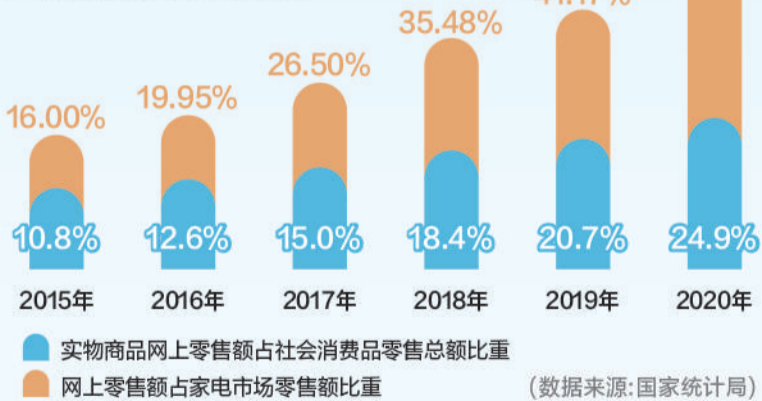
2020年, 家电消费(包括音像器材)在我国国民消费中所占的比重从去年的2.5%降到2.19%, 但家电消费仍然对我国消费升级起到重要作用。



2013-2020年我国家电和音像器材消费及占全国商品零售额比重情况

线上渠道年度占比首次超过线下

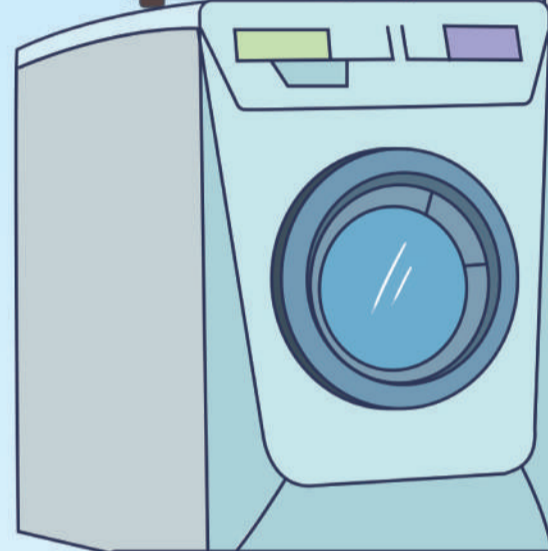
2020年线上占整体家电市场零售额规模比重提升至50.4%。



线下消费逐季改善。从2020年下半年开始, 线下家电消费逐步攀升, 四季度家电消费创下年度新高。

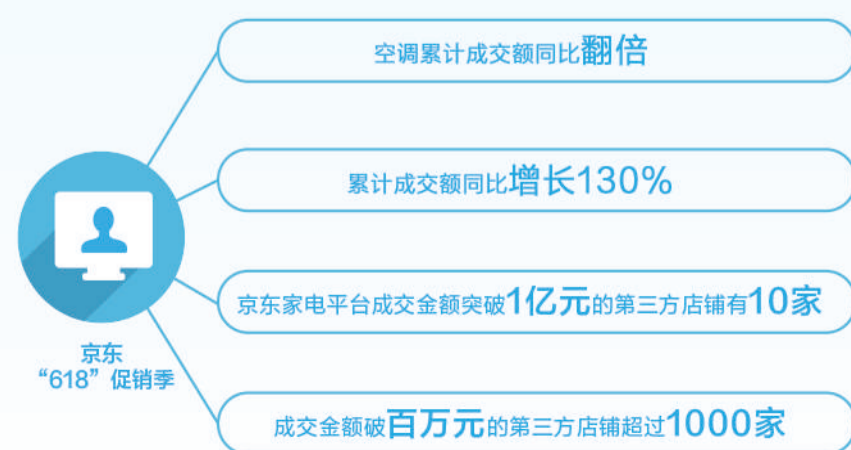


2020年线上线下分季度销售情况 (单位: 亿元)



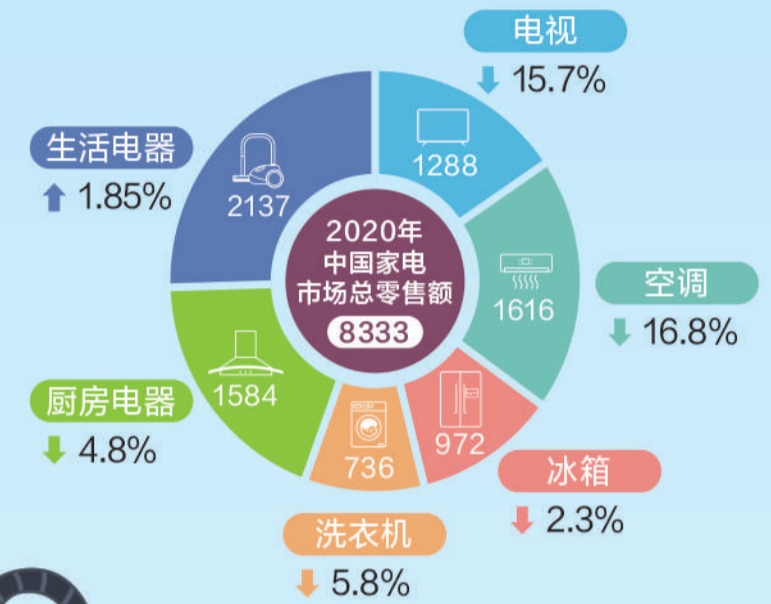
工业和信息化部数据显示:
2020年全国家用电器行业
营业收入为**14811.3**亿元,
利润总额为**1156.9**亿元

2020年家电市场总趋势



生活类小家电产品受热捧

2020年, 受新冠肺炎疫情和经济大环境影响, 绝大多数家电产品品类市场规模出现下滑。



2020年家电市场各品类零售额组成图 (单位: 亿元)

生活类小家电产品出现了不同程度的热销



部分家电产品2020年均价比较图 (单位: 元)